



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS

TITULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL SERVICIO DE LAVADO EN SECO DE PRENDAS DE VESTIR PARA LA CIUDAD DE ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”

Tesis previa a la obtención del título de Ingeniera Comercial.

AUTORA:

María Stefanía Astudillo Rivas

DIRECTOR:

Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.

LOJA-ECUADOR
2016



CERTIFICACIÓN

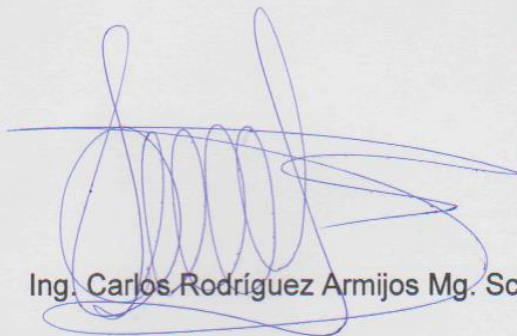
Ing. Carlos Rodríguez Armijos

DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MODALIDAD A DISTANCIA.

CERTIFICA:

Que la tesis titulada **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL SERVICIO DE LAVADO EN SECO DE PRENDAS DE VESTIR PARA LA CIUDAD DE ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”**. Realizada por la señorita María Stefanía Astudillo Rivas, luego de verificar que cumple con las normas generales para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, autorizo su presentación para que la aspirante pueda continuar con los trámites de rigor como requisito previo para obtener el grado de Ingeniera Comercial.

Loja, mayo del 2016



Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.

DIRECTOR DE TESIS

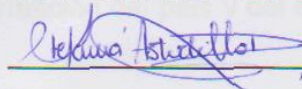
AUTORÍA

Yo María Stefanía Astudillo Rivas, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

Autora: María Stefanía Astudillo Rivas

Firma:



Cédula: 1104435670

Fecha: Loja, mayo, 2016


CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, María Stefanía Astudillo Rivas, declaro ser autora de la tesis titulada "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL SERVICIO DE LAVADO EN SECO DE PRENDAS DE VESTIR PARA LA CIUDAD DE ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE" como requisito para optar al título de Ingeniera Comercial; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad nacional de Loja, para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja a los 23 días del mes de mayo del dos mil dieciséis, firma la autora.

Firma: 

Autora: María Stefanía Astudillo Rivas

Cédula: 1104435670

Dirección: Loja, Calle Macará entre Miguel Riofrío y Azuay

Teléfono: 0983962741-2579381

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc

Tribunal de Grado:

Ing. Galo Eduardo Salcedo López Mg. Sc. **PRESIDENTE**

Ing. Andrea Paulina Colambo Yaure Mg. Sc. **VOCAL**

Ing. Edwin Bladimir Hernandez Q. Mg. Sc. **VOCAL**

AGRADECIMIENTO

Inmensamente agradecida con Dios, por ser quien guía mis días, por ser quien fomenta en mí la esperanza y por permitirme tener a mi lado a mis seres queridos.

A mi familia que me ha guiado y apoyado en cada paso que doy, de quienes hoy tengo el apoyo incondicional.

Agradezco a la Universidad Nacional del Loja, por acogerme como uno de sus estudiantes. De igual forma a todos mis profesores, quienes han sabido formarme como profesional.

A todos, mis más sinceros agradecimientos.

María Stefanía

DEDICATORIA

Dedico todo el esfuerzo y dedicación que he puesto en el constante desarrollo de mi Tesis, primeramente a Dios, que es el pilar más importante de mi vida, junto a mis queridos padres, Eyner y Gonzalo, quienes con mucho amor y confianza me han apoyado desde siempre; así como a mis hermanos, Antonio y Claudia, quienes son el motivo de mi entusiasmo por ser una excelente profesional.

Por siempre estar pendiente y preocupada, a mi abuelita Sidelita.

María Stefanía

a. TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL SERVICIO DE LAVADO EN SECO DE PRENDAS DE VESTIR PARA LA CIUDAD DE ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”.

b. RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo realizar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada al servicio de lavado en seco de prendas de vestir para la ciudad de Zamora, Provincia de Zamora Chinchipe. Para la propuesta de este tema, se elaboró un diagnóstico y se identificó de las necesidades del mercado de la ciudad de Zamora.

En el Estudio de Mercado se analizó las demandas y la oferta, primeramente por la técnica de observación directa. Se identificó la demanda y oferta mediante la técnica del muestreo tomando en cuenta únicamente a los habitantes de la ciudad de Zamora, y segmentando por familias, aplicando dos encuestas: la primera a 366 familias, y la segunda a los oferentes de un servicio sustituto. Lo que permitió identificar los gustos y preferencias de los usuarios, como también comprobar que en la ciudad no existen empresas dedicadas a este servicio. Se hizo la proyección de la demanda a 10 años, tomando en cuenta la tasa de crecimiento poblacional que es el 1,75%.

Dentro del estudio técnico en lo que se refiere a capacidad instalada se cuenta que la máquina de lavado en seco Bowe P300, tiene una capacidad de lavado de 7 kilos de prendas por hora; que por 8 horas nos da un promedio de 56 lavadas de prendas de vestir al día, y teniendo presente los 260 días laborables de lunes a viernes, se obtiene un total de 14.560 kilos de lavadas de prendas de vestir al año. Se cubrirá el 10,62% de la demanda insatisfecha para el año 2016. Así mismo la capacidad instalada para el

primer año será del 78% con 11.357 kilos de lavadas, e irá incrementando hasta el 99% en el año 10.

La localización de la empresa se estableció en el centro de la ciudad de Zamora, mediante una matriz de ponderación por puntos; con el objeto de lograr comodidad para el usuario, tomando en cuenta los gustos y preferencias de los futuros usuarios, obtenidos en la encuesta aplicada. Por lo cual se ha determinado que la empresa se ubicará en la calle Francisco de Orellana entre Sevilla de Oro y Diego de Vaca.

La lavadora se organizó en el aspecto legal y administrativo con la razón social de "The Laundry Service Cía. Ltda.", con su capital dividido en participaciones de cuatro socios, y otros requisitos que exige la Ley de Compañías. Se elaboró el Manual de Funciones del personal y los organigramas estructural, funcional y posicional, para llevar con efectividad todas y cada una de las actividades dentro de las áreas de la lavadora.

Por último se realizó el estudio económico se identificó el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, dentro de la inversión inicial: se determinó un monto de \$ 19.116,84, de los cuales el 47,69% que corresponde a 9.116,84 será capital propio de los socios y el 52,31% se obtendrá mediante un Préstamo Bancario otorgado por la entidad financiera "Banco de Loja", a un interés del 15% anual.

Y gracias a la evaluación financiera se ha logrado comprobar que el proyecto propuesto es factible, lo mismo que se ha demostrado con los resultados obtenidos luego de haber aplicado los siguientes indicadores; el Valor Actual

Neto (VAN) con un valor positivo de 24.681,38, nos justifica que conviene invertir en el proyecto. En el análisis de la Relación Beneficio Costo (RBC), el resultado es de 1,25; lo que quiere decir que por cada \$1 invertido, la ganancia será de 0,25 centavos. El Periodo de Recuperación de Capital (PRC) será en 3 años, 5 meses y 4 días. La Tasa Interna de retorno (TIR) nos da un resultado positivo, ya que es mayor al costo de capital. Y finalmente el Análisis de Sensibilidad para el Incremento y decremento, ambos con el 10% nos indican que el proyecto no es sensible al incremento en gastos en los 10 años de vida del proyecto.

Con todos estos antecedentes se ha podido determinar conclusiones y recomendaciones.

ABSTRACT

This research aimed to carry out a feasibility project for the creation of a company dedicated to the service of dry cleaning of clothing for the city of Zamora, Province of Zamora Chinchipe. For the proposal on this issue, diagnosis and identification of market needs of the city of Zamora was developed.

Market Study on demand and supply, primarily by direct observation technique was analyzed. demand and supply by sampling technique identified taking into account only the inhabitants of the city of Zamora, and segmenting by families applying two survey: the first 366 families, and the second to providers of substitute service. What allowed us to identify the tastes and preferences of users, as well as check for any companies dedicated to this service in the city. the demand projection to 10 years was made, taking into account the population growth rate is 1.75%.

Within the technical study in what regards installed capacity it is that the washing machine Bove P300 dry, has a capacity of 7 kilos washing of clothes per hour; that for 8 hours gives us an average of 56 garment washed daily, and bearing in mind the 260 working days from Monday to Friday, a total of 14,560 kilos of washed garments per year is obtained. 10.62% of unsatisfied demand by 2016. Likewise, the installed capacity for the first year will be 78% with 11,357 kilos of washed, and will increase to 99% in year 10 will be covered.

The location of the company was established in the center of the city of Zamora, by a weighting matrix points; in order to achieve comfort for the user, taking into account the tastes and preferences of future users, obtained in applied survey. Therefore it has been determined that the company will be located in the street Francisco de Orellana between Sevilla de Oro and Diego de Vaca.

The washer was organized in the legal and administrative aspects with the corporate name of "The Laundry Service Cia. Ltda. ", With its capital divided into units of four partners, and other requirements of the Companies Act. Manual Functions of staff and structural, functional and positional organizational chart was developed to effectively bring each and every one of the activities within the areas of the washer.

Finally the economic study was the amount of economic resources needed to implement the project within the initial investment was identified: the amount of \$ 19,116.84 was determined, of which 47.69% corresponding to 9,116 84 will be equity partners and 52.31% will be obtained through a Bank loan granted by the bank "Banco de Loja" at an interest rate of 15% annually.

And thanks to the financial assessment has been proved that the proposed project is feasible, the same as has been demonstrated with the results obtained after applying the following indicators; Net Present Value (NPV) with a positive value of 24,681.38, justifies us should invest in the project. In analyzing Benefit Cost Ratio (RBC), the result is 1.25; which means that for every \$ 1 invested, the profit will be 0.25 cents. The Capital Recovery Period

(PRC) will be in 3 years, 5 months and 4 days. The internal rate of return (IRR) gives a positive result as it is greater than the cost of capital. And finally Sensitivity Analysis for the increase and decrease, both with 10% indicate that the project is not sensitive to the increase in expenses in the 10 year life of the project.

With this background it has been determined conclusions and recommendations.

c. INTRODUCCIÓN

La Universidad Nacional de Loja, en la Modalidad de Estudios a Distancia de la Carrera de Administración de Empresas, tiene como fin lograr la vinculación directa con la realidad social, económica y política con el exterior, de igual forma tomando en cuenta los constantes cambios sociales y económicos que experimentamos diariamente en nuestro país, crea la necesidad de capacitarnos tanto física como intelectualmente para de esta forma poder enfrentarnos con la realidad social y con necesidades.

Por los conocimientos instruidos y el espíritu inculcado de ser empresarios emprendedores, ha surgido la idea de un negocio, por tal motivo la importancia del estudio de un servicio innovador y de calidad como es el “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA CREACION DE UNA EMPRESA DEDICADA AL LAVADO EN SECO DE PRENDAS DE VESTIR EN LA CIUDAD DE ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE” que sirva para todo usuario zamorano, y de esta forma aportar a la sociedad, emprendiendo para lograr el desarrollo del país y fomentando fuentes de trabajo.

El motivo de haber elegido la ciudad de Zamora hace referencia a que con el pasar de los años la ciudad se ha vuelto consumista y una de las razones es que no ha recibido apoyo del gobierno; debido a que no han visto en esta provincia el potencial de crecimiento ni la iniciativa de emprender, sin embargo en la actualidad se está cambiando esa particularidad y se han implementado campañas y planes de gobierno para el desarrollo de esta

ciudad, lo que incluso ha logrado el incremento en población. Otra de las razones y muy importante es que en esta ciudad no hay empresas que ofrezcan este tipo de servicios.

A través de un espíritu de crecimiento y tratando de que se supere las dificultades económicas se ha realizado el presente proyecto con la información más real y con balances convincentes para así poder incursionar en el mundo del negocio de lavado de prendas de vestir.

Para llevar a cabo la investigación primero se han planteado objetivos generales y específicos para determinar la factibilidad del proyecto; para lo cual se han realizado las siguientes investigaciones: estudio de mercado, estudio técnico, organización legal y administrativa; finalmente estudio económico y evaluación financiera.

Dentro de la metodología, se ha utilizado el método Deductivo para establecer conclusiones teniendo en cuenta conceptos teóricos y su aplicación en todos los estudios; el método Inductivo para llegar a resultados generales para cumplir las expectativas del proyecto; el método Analítico – Sintético al momento de hacer comparaciones de la información con la realidad actual, por último el método Estadístico lo cual nos permitió determinar la muestra, tabulación y análisis de información de campo.

En la segmentación de mercado, se recurrió al Censo Poblacional realizado por el INEC en el año 2010, donde se establece que la población de la ciudad de Zamora es de 25.510 habitantes, con una tasa de crecimiento del 1,75%, lo mismo que permitió aplicar las respectivas formulas y dando como

resultado 366 encuestas para aplicar. Seguidamente se determinó el tamaño de empresa teniendo en cuenta la capacidad instalada y utilizada; con lo que se podrán acoplar los recursos físicos para la instalación y funcionamiento de la planta.

En el estudio y evaluación financiera se realizaron los respectivos presupuestos lo que fue la base para aplicar los indicadores financieros que nos dieron resultados positivos.

Finalmente se han determinado conclusiones del proyecto y se han planteado ciertas recomendaciones.

d. REVISIÓN DE LITERATURA.

MARCO REFERENCIAL

LAVADO EN SECO

Gráfica Nro. 1 Limpieza en seco



Fuente: www.ecolaundryecuador.com

La limpieza en seco “es un sistema de lavado de prendas que no pueden ser sumergidas en agua porque se deterioran, deforman, encogen o alteran su color. Es utilizado típicamente en tintorerías y lavanderías.”¹

Historia

“Antes de la limpieza en seco los tejidos se lavaban en agua. Pero algunos tejidos se deterioraban (lanas, sedas, fibras delicadas,...) y la suciedad grasa era difícil de eliminar en agua. Por ese motivo se buscaron sistemas de lavado alternativo, efectivo con la grasa y que no alteraran las fibras textiles delicadas.

¹ <http://www.ecolaundryecuador.com>

Se dice que un día a alguien se le derramó fortuitamente una botella de gasolina en la mesa donde trabajaba. Sobre la mesa había una camiseta muy sucia de grasa. Como si de magia se tratara, el causante de semejante estropicio se dio cuenta de que la camiseta, después de evaporarse la gasolina, había quedado muy limpia y el tejido seguía intacto. Comenzaba el desarrollo de la limpieza con disolventes como alternativa al lavado en agua.

A lo largo de la historia se han utilizado muchos sistemas y disolventes en la limpieza en seco. Primero se lavaban las prendas con disolventes a mano dentro de un barril de madera, escurriendo y dejándolas secar al aire. Después se hizo mediante una lavadora que lavaba pero no centrifugaba. Después se fabricaron máquinas de lavado y centrifugado “todo en una misma máquina”. Posteriormente se fabricaron máquinas de circuito cerrado con un secado más perfeccionado y menos fugas. Y así hasta hoy.”²

La reglamentación o prohibición por parte de las distintas Administraciones (locales, autonómicas, estatales o europeas) en el uso de determinados disolventes ha forzado el cambio y la adopción de nuevos disolventes para la limpieza en seco. Y así hasta hoy.

Abrirse a nuevas posibilidades de limpieza en seco no es negar ni re-negar de la historia. Gracias a ella estamos aquí y sin ella no hubiera sido posible mantener nuestra profesión hasta hoy.

² http://siloxatec.com/ESP/SISTEMA_A_FONDO.htm

Ahora se trata de dar un nuevo paso adelante. Si quiere le acompañamos y damos juntos este nuevo paso histórico para nuestro sector.

Nuestras maquinarias están diseñadas bajo sistemas cerrados completamente automáticos, sin olores y con menos riesgos de inflamación que otros disolventes, cambios importantes alcanzados en nuestras máquinas para procesos de limpieza en seco y sus productos complementarios que se ha formulado específicamente para ayudarle a cumplir esos desafíos.

Control de la humedad eficaz, reducción de la formación de olores desagradables de solventes, reducción de la pelusa y estática en las prendas, control de re deposición, son algunos de los retos que Eco Laundry ecuador supera para entregar las prendas constantemente limpias, frescas y luminosas.

IMPORTANCIA

En el lavado en seco se utilizan químicos especiales para quitar las manchas y suciedad de las telas. De hecho el término “dry cleaning” o “lavado en seco” es malentendido.

Se le llama de esta manera porque utiliza poco o nada de agua y en su acción de limpieza no disuelve los aprestos, siliconas o demás productos que tienen los textiles para mantener la estructura de los tejidos lo cual permite

dejar la prenda como nueva y le extiende su vida útil evitando además encogimientos.

Los químicos penetran las fibras como lo hace el agua. Entre las grandes ventajas del lavado está su habilidad para disolver grasas y aceites de una manera que con el lavado en agua sería imposible.

Gráfica Nro. 2 Acabado de prendas lavadas en seco



Fuente: www.ecolaundry.com

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

Proyecto

Es una actividad que tiene un propósito concreto y que tiene un comienzo y un final definidos.³ Es una idea de crear algo, puede ser algo innovador, o el mejoramiento de algo ya existente. El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.

Proyecto de factibilidad

El análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

El proyecto de factibilidad consta de 5 componentes que son: Estudio de mercado, Estudio Técnico, Estructura organizativa de la empresa, Estudio financiero y culmina con la Evaluación financiera.⁴

Estudio de mercado

Se puede definir como “La investigación de algunas variables sociales y económicas que condicionan el proyecto aunque sean ajenas a este. Entre ellas se puede mencionar la demanda de los bienes y servicios a producir, la forma en como estas necesidades se han venido atendiendo, es decir este

³ Rodríguez, S., Fernández, A., Romero, I. (2013). La gestión integral de proyectos. Madrid, España: Universidad Pontificia Comillas. P.56

⁴ Varela. (27 de Septiembre de 2010). Estudio de factibilidad y proyectos. Recuperado el 18 de Abril de 2015, de factibilidad y viabilidad: <http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html>

estudio permite conocer la aceptación o rechazo de un producto y/o servicio en el mercado.

El principal objetivo del estudio de mercado es obtener información que nos ayude para enfrentar las condiciones del mercado, tomar decisiones y anticipar la evolución del mismo.⁵

Objetivo

El objetivo del estudio de mercado es obtener información que nos ayude para enfrentar las condiciones del mercado, tomar decisiones y anticipar la evolución del mismo. Con el fin de demostrar:

1. “Que existe un número suficiente de consumidores con las características necesarias para considerarlo como demanda de los productos y/o servicios que se piensan ofrecer
2. Que dichos consumidores pueden ejercer una demanda real que justifique la producción y/o servicios que se piensan ofrecer
3. Que contamos con las bases para utilizar canales de comercialización adecuados.
4. Que podemos calcular los efectos de la demanda con respecto a productos y/o servicios sustitutos y complementarios.⁶

⁵ MIRANDA MIRANDA, Juan José, (2009), *Op. Cit.*, P.36.

⁶ HERNANDEZ, Abraham, (2009), *Op. Cit.*, P. 31.

Segmentación del mercado

La segmentación de mercado es el proceso, como su propio nombre indica, de dividir o segmentar un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes, la segmentación de un mercado se puede dividir de acuerdo a sus características o variables⁷

Demanda

La cantidad demandada de un bien es la cantidad que los compradores quieren y pueden comprar de este bien para cubrir una necesidad". Existen tres tipos de demanda.

Demanda potencial.- Cantidad máxima de un producto, bien o servicio que podría adquirir el mercado en un tiempo determinado.

Demanda actual.- Información local, nacional e internacional sobre el comportamiento de compra de un producto o servicio en el tiempo.

Demanda efectiva.- Es la cantidad real de productos o servicios adquiridos por los consumidores.

Demanda Potencial

Para estimar la demanda potencial se deberá partir de datos históricos existentes que cada empresa tiene. A veces es difícil conseguir la información para ámbitos limitados geográficamente, o porque la información en muchas organizaciones es confidencial; por lo que será necesario ajustar en función

⁷ BACA URBINA, Gabriel. (2008), Evaluación de Proyectos, Cuarta edición, Editorial McGraw Hill, Colombia, P. 45.

de datos demográficos y de datos de comportamiento disponibles para niveles nacionales o regionales.⁸

Demanda Actual

La demanda actual es la misma que manifiesta la cantidad de bienes o servicios que una determinada empresa u organización saca a la venta, según la cantidad de consumidores que la deseen.

Demanda Efectiva

Cantidad de un Bien que los Consumidores desean y pueden adquirir a un Precio dado en un momento determinado, en términos generales, la efectivamente realizada, que no tiene por qué coincidir con la planeada. La Demanda efectiva es la determinante del nivel de renta y del volumen de la Oferta global alcanzada en un periodo establecido por la empresa.

Demanda Insatisfecha

Aquella parte de la Demanda planeada (en términos reales) en que éste excede a la Oferta planeada y que, por lo tanto, no puede hacerse Compra efectiva de Bienes y servicios.⁹

Proyección de la Demanda

La proyección de la demanda del mercado meta no se hace adecuadamente, conducirá a construir unas instalaciones y a un diseño de planta inadecuadas,

⁸ COBEZU, Brian (2009), Op. Cit., P. 34

⁹ Recuperado de url: <http://www.eco-finanzas.com/>

más grandes o más pequeñas y a una selección de maquinaria y equipo con capacidad inadecuada y por tanto conduciéndola al caos y la ineficiencia.

Oferta

Es la cantidad ofrecida de un bien o servicio es la cantidad que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y tiempo establecido. La oferta en el mercado se establece de acuerdo a las siguientes variables: precio, demanda, tecnología, condiciones meteorológicas.¹⁰

Estudio Técnico

Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar.

El estudio técnico constituye el núcleo ya que todos los demás estudios derivados dependen de él, y en cualquier fase del proyecto es importante saber si es técnicamente factible y en qué forma se pondrá en funcionamiento. El estudio técnico se concentra en unidades físicas de insumos y productos, maquinaria y equipo, procesos de producción y otros.¹¹

Tamaño

Se relaciona con la capacidad de producir que tendrá la empresa durante un período de tiempo, a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas por año. El tamaño óptimo a elegir debe ser aceptado únicamente

¹⁰ Mankiw, G., & Rabasco, E. (2011). Principios de economía. (I., Toharia, Trad). Editorial Paraninfo. P.115

¹¹ Guzmán, F. (2011). Proyecto de inversión de ingeniería, metodología. México: Editorial Limusa. P.49

si la demanda es inmensamente superior a la capacidad de producción ya que ello implicaría menos riesgo de mercado para el proyecto. Para determinar adecuadamente el tamaño se debe tomar en cuenta aspectos fundamentales:

Capacidad Instalada

Se la determina por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un período de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el tiempo de vida de la empresa.¹²

Capacidad Utilizada

Es el rendimiento o nivel de producción con lo que se hace trabajar la maquinaria, está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un período de tiempo.

Localización

Permite ubicar geográficamente el lugar donde se implementará la nueva unidad productiva, para esto debe analizarse ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación.

- 1. Micro-localización:** Se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local (planos urbanísticos).

¹² Vargas, C. (2011). Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera-económica-social-ambiental. Madrid:MMEditores. P.109

2. **Macro-localización:** Se relaciona con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional.
3. **Factores de localización.-** constituyen todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de a la empresa, entre estos factores tenemos: abastecimiento de materia prima, vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos indispensables y fundamentalmente el mercado al cual está orientado el producto o servicio¹³

Ingeniería del proyecto

Se define como todos recursos como: maquinaria, equipo, herramientas de producción, recurso humano, materia prima, materiales indirectos, útiles de aseo, equipo de computación, equipo de oficina, muebles y enseres, flujograma de procesos y distribución de planta.

Tiene como función el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver con la construcción de una nave industrial, su equipamiento y características del producto de la empresa.”¹⁴

Flujograma de procesos

Es la representación global de los procesos de una organización que muestra la secuencia e interacción entre ellos. Tiene tres componentes:

¹³ MIRANDA MIRANDA, Juan José, (2009), Op. Cit., P. 61

¹⁴ VARELA, Rodrigo, (2008), *Innovación Empresarial*, Segunda Edición, Editorial McGraw Hill, Bogotá Colombia, P. 159.

Inicio - Fin - Acciones y decisiones.¹⁵

Impacto ambiental

Este estudio nos permite determinar cuáles son los efectos para el ambiente que derivan del desarrollo del proceso y las medidas de mitigación que se tomaran.

Estructura Administrativa y Organizativa

Este estudio consiste en definir como se hará la empresa, o que cambios hay que hacer si la empresa ya está formada, Este estudio tiene que ver con la definición de la estructura organizativa que se hará responsable del proyecto tanto en la fase de ejecución como en la de la operación con el fin de garantizar el cumplimiento del objeto social de la misma.¹⁶

Base Legal

Para su libre operación toda empresa debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley entre ellos tenemos:

Acta Constitutiva

Es el documento certificador de la constitución legal de la empresa, en el cual se incluyen los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa. Es aquel documento o constancia notarial en la cual

¹⁵ Pardo, J. (2012). Configuración y usos de un mapa de procesos. Madrid: AENOR-Asociación Española de Normalización y Certificación. P.26

¹⁶ BACA URBINA, Gabriel. (2008), *Op. Cit.*, P. 103.

se registrarán todos aquellos datos referentes y correspondientes a la formación de una sociedad o agrupación.

Razón Social o Denominación

Es el nombre bajo el cual la empresa opera, debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la ley.

Domicilio

Se deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona en el plano jurídico.

Objeto de la Sociedad

Se lo hace con un objeto determinado, ya sea: producir, generar y/o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.

Capital Social

Se debe indicar cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como éste se ha conformado.

Tiempo de Duración de la Sociedad

Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados.

Administradores

Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quien responda por las acciones de la misma.”¹⁷

Organización Administrativa

Consiste en la determinación de cargos y responsabilidades en una empresa en un orden jerárquico. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad, que son los siguientes:

- **Nivel Legislativo-Directivo.-** Las funciones principales son; legislar políticas, crear y normas procedimientos que debe seguir la organización. Así como también realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de la empresa.
- **Nivel Ejecutivo.-** Es el segundo al mando de la organización, es el responsable del manejo de la organización, su función consistente en hacer cumplir las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que disponga el nivel directivo
- **Nivel Asesor.-** No tiene autoridad en mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, contable, industrial y demás áreas que tenga que ver con la empresa.

¹⁷ HERNANDEZ, Abraham, (2009), *Op. Cit.*, P. 83.

- **Nivel de Apoyo.-** Apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente.
- **Nivel Operativo.-** Constituye el nivel más importante de la empresa y es el responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar de la producción y comercialización.¹⁸

Organigramas

Es la representación gráfica de la estructura administrativas de una empresa, en el cual se manifiesta los cargos existentes, niveles de jerarquía, líneas de autoridad y asesoría.

Manual de funciones

Es una herramienta de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas y normas de la empresa.¹⁹

El manual de funciones debe contener los siguientes puntos:

- Empresa
- Código
- Título del puesto
- Nivel
- Número de personas

¹⁸ Recuperado de: <http://nivelesdelaempresa.blogspot.com/>

¹⁹ González, G. (Febrero de 2012). Manual de funciones. Obtenido de manual de funciones: <http://gilbertogonzalezsanchez.files.wordpress.com/2012/10/trabajo-3-definicion-del-manual-de-funciones.pdf>

- Descripción del cargo
- Funciones
- Requisitos mínimos

Estudio Económico y Evaluación Financiera

La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todo lo que tiene que ver con la presentación amplia y rigurosa de cada uno de los elementos que participan en la estructuración financiera del proyecto, a saber: las inversiones necesarias para ponerlo en funcionamiento, los costos que ocurren en la elaboración, la administración, venta y financiación de cada uno de los productos o servicios, el ingreso de ventas de los mismos; toda esta información proyectada para la vida útil del proyecto.

Así mismo como la determinación de costos variables que van a formar parte de la producción del servicio.

Capital de trabajo, es el conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo.²⁰

Financiamiento de la inversión

Existen dos tipos de financiamiento con capital social propio y capital ajeno.

El financiamiento de un proyecto consiste pues en la obtención de los recursos de capital en condiciones más favorables y ventajosas.²¹

²⁰ Vargas, C. (2011). Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera-económica-social-ambiental. Madrid:MMEditoresm. P.98

Es una descripción detallada de los gastos que representa la fabricación de un producto o servicios. Al establecer el costo de producción se podrá determinar el precio de venta al público, ingresos por ventas, punto de equilibrio y el estado de pérdidas y ganancias.

Análisis de costos

La estimación de los costos futuros constituye uno de los aspectos centrales del trabajo del evaluador, tanto por la importancia de ellos en la determinación de la rentabilidad del proyecto como por la variedad de elementos sujetos a valorización como desembolsos del proyecto. Lo anterior se explica, entre otras cosas, por el hecho de que para definir todos los egresos se deberá previamente proyectar la situación contable sobre la cual se calcularán éstos

Clasificación de costos

Los costos se clasifican en dos tipos: costos por su función, por los elementos que los contiene y por producto; al final cualquiera que fuera escogido el resultado es igual.

Punto de equilibrio

Es el volumen de actividad en donde los ingresos son iguales a los costos y gastos es decir la empresa no pierde ni genera utilidades²².

²¹ Hernández, R.P. (11 de 12 de 2008). Slideshare. Obtenido de Financiamiento del proyecto: <http://es.slideshare.net/aurora1234/financiamiento-del-proyecto-111-presentation>

²² Sinisterra, G., & Polanco, L. (2010). Contabilidad administrativa. Cali, Colombia ECOE EDICIONES. P.36

Evaluación financiera

Es diagnóstico económico de la empresa prestando mayor atención a los índices de liquidez, rentabilidad y endeudamiento, con el propósito de determinar su estado.

La Evaluación Financiera de Proyectos es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto.²³

Flujo de caja

Es un informe financiero en el cual se observa la entrada y salida de dinero efectivo, durante un tiempo establecido²⁴; es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

El flujo de caja nos permite determinar problemas de liquidez, viabilidad de proyectos y medir la rentabilidad de una empresa.

Valor Actual Neto (VAN)

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos o entradas futuras descontadas del proyecto a la inversión inicial.²⁵

$$\text{VAN} = \sum \text{Flujos Netos} - \text{Inversión}$$

²³ Herrera, F., & Velazco, C. (2013). Fundamentos de análisis económico. Turrialba: Bib. Orton IICA

²⁴HERNANDEZ, Abraham, (2009), Op. Cit., P. 157.

²⁵ Leiva, J. (2012). Los emprendedores y la creación de empresas. San José: Editorial Tecnológica de CR. P. 56

Periodo de recuperación de capital

El periodo de recuperación de la inversión comprende el tiempo que requiere la empresa para recuperar la inversión original; es una medida de la rapidez en que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.²⁶

$$\text{PRC} = \text{Año anterior a cubrir la Inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo Año que supera la inversión}}$$

Relación costo beneficio

Se refiere a

- Una disciplina formal (técnica) a utilizarse para evaluar, o ayudar a evaluar, en el caso de un proyecto o propuesta, que en sí es un proceso conocido como evaluación de proyectos.
- Un planteamiento informal para tomar decisiones de algún tipo, por naturaleza inherente a toda acción humana.

Este índice muestra la cantidad de dinero que retorna por cada unidad monetaria invertida; es decir se hace la relación por cada dólar invertido cuando se obtiene la ganancia.²⁷

$$\text{R B/C} = \frac{\text{Ingresos _ Actualizados}}{\text{Egresos _ Actualizados}}$$

²⁶ SAPAG CHAIN, Nassir y SAPAG CHAIN, Reinaldo, (2009). Op. Cit., P. 206.

²⁷ Herrera, F., & Velazco, C. (2013). Fundamentos de análisis económico. Turrialba: Bib. Orton IICA. P.65

Tasa Interna de Retorno

Es la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero. Para determinar la TIR de un proyecto, se debe ir probando con distintos tipos de interés hasta que la suma financiera de todos los capitales sea cero.²⁸

$$TIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN_{Menor}}{VAN_{Menor} - VAN_{Mayor}} \right)$$

Análisis de sensibilidad

“El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar el proyecto, debido a que no se conocen las condiciones en las que se desenvolverá la empresa en el futuro.”²⁹

Los criterios de decisión que considera este indicador son:

- Si el Coeficiente de Sensibilidad es mayor que 1, el proyecto es sensible
- Si el Coeficiente de Sensibilidad es igual a 1, el proyecto es indiferente
- Si el Coeficiente de Sensibilidad es menor que 1, el proyecto no es sensible.

²⁸ Leiva, J. (2012). Los emprendedores y la creación de empresas. San José: Editorial Tecnológica de CR. P.44

²⁹ SAPAG CHAIN, Nassir y SAPAG CHAIN, Reinaldo, (2009). *Op. Cit.*, P. 206.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

En el desarrollo del presente proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada al servicio de lavado en seco de prendas de vestir para la ciudad de Zamora, provincia de Zamora Chinchipe; se han aplicado los siguientes métodos y técnicas.

MÉTODOS:

- **Método Deductivo:** Parte de aspectos teóricos generales comprobados y aceptados a afirmaciones de carácter particular.³⁰ El uso de este método permitió establecer conclusiones partiendo de lo general a lo particular, teniendo en cuenta los conceptos teóricos relacionados con la realización de un proyecto de factibilidad aplicarlos en el desarrollo de los estudios de mercado, técnico, organizativo, económico y financiero, lo que permitió estipular la factibilidad de la creación de una empresa que brinde el servicio de lavado en seco de prendas de vestir.
- **Método Inductivo:** Permitirá que a partir de afirmaciones particulares a otras más generales.³¹ La utilización de éste método permitió partir de lo particular, para llegar a resultados generales, y se usó en los resultados obtenidos en el estudio de mercado, se logró establecer conclusiones y recomendaciones para cumplir las expectativas del proyecto.

³⁰ Ferreyra, Mariano, & De, L, (2014) *Op. Cit.*, P.19

³¹ (Ferreyra, Mariano., & De, L, (2014), *Op. Cit.*, P.21)

- **Método Analítico-Sintético:** En este método se relacionará hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica estos elementos.³² Se utilizó para analizar la información, sintetizarla y usarla para los estudios de mercado, técnico, administrativo y financiero del proyecto de inversión. De igual forma permitió realizar una comparación de la información con la realidad actual.
- **Método Estadístico:** Es el proceso de obtención, representación, simplificación, análisis, interpretación y proyección de las características, variables o valores numéricos de un estudio o de un proyecto de investigación.³³ Con este método se pudo determinar la muestra y posteriormente a la tabulación y análisis de los datos obtenidos de las encuestas y de otra información de campo, la misma que fue presentada a través de cuadros y las gráficas estadísticas.

TÉCNICAS

Observación: La observación directa es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos.³⁴ Ésta técnica ayudó a determinar el mercado en el que se ofrecerá el servicio de la Lavandería, la localización del mismo con el fin de

³² Ferreyra, Mariano., & De, L., (2014), *Op. Cit.*, P.23

³³ <http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea>

³⁴ (Hernández, Abraham (2010), *Op. Cit.*, P.61).

que el desarrollo del siguiente proyecto se lleve a cabo de la forma más óptima.

Encuesta: Es una serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado.³⁵

La encuesta se aplicó a los habitantes de la Ciudad de Zamora, luego de haber realizado los cálculos correspondientes para determinar la muestra, con el objeto de conocer las necesidades, gustos y preferencias en relación al uso del servicio del Lavado en seco.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Para la obtención de la muestra, se recurrió al Censo Poblacional realizado por el INEC en el año 2010, donde se establece que la población de la ciudad de Zamora es de 25.510 habitantes, la que se proyectará para el año 2015 con una tasa de crecimiento poblacional de 1.75%.³⁶ A continuación se detallan los datos y cálculos realizados:

Fórmula para la proyección de la población

$$Pf = Po (1+r)^n$$

Donde:

Pf = Población final

Po = Población actual

³⁵ Hernández, Abraham, (2010), *Op. Cit.*, P.61

³⁶ www.inec.gob.ec

- i = Tasa de crecimiento poblacional
- 1 = Constante
- n = Número de años

$$pf = 25.510 (1 + 0.0175)^{10} = 30.343$$

Cálculo del tamaño de la muestra de la demanda.

Proyección de la población: 30.343 habitantes

Integrantes por familia: 4

Total población por familias: 7.586 familias

FORMULA APLICADA:

Se realizó el cálculo del número de encuestas que se debe realizar por medio del uso de la formula infinita que detallaremos a continuación:

FORMULA:

$$n = \frac{N \sigma^2 Z^2}{(N - 1) e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

Donde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96.

e = Límite aceptable de error maestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele ser el 5%.

$$n = \frac{(7.586)(0,5)^2(1,96)^2}{(7.586 - 1)(0,05)^2 + (0,5)^2 (1,96)^2}$$

$$n = \frac{(7.586)(0,25)(3,8416)}{(7.585)(0,0025)+(0,25)(3,8416)}$$

$$n = \frac{7.285.59}{19,9229}$$

$$n = 365,69$$

$$n = 366$$

Se aplicaran 366 encuestas a las familias de la ciudad de Zamora, potenciales usuarios del servicio de lavado en seco de prendas de vestir.

f. RESULTADOS

ESTUDIO DEL MERCADO

ENCUESTA APLICADA A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE ZAMORA

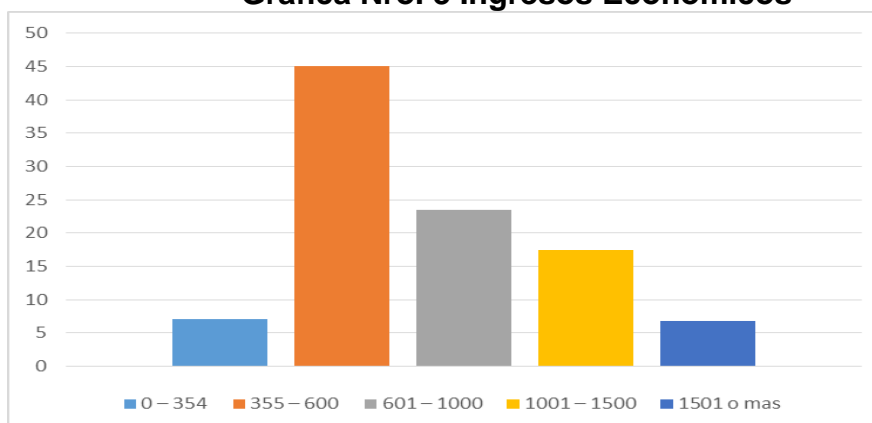
1. ¿Cuáles son sus ingresos económicos mensuales?

Cuadro Nro. 1 Ingresos Económicos

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| 0 – 354 | 26 | 7 |
| 355 – 600 | 165 | 45 |
| 601 – 1000 | 86 | 23 |
| 1001 – 1500 | 64 | 17 |
| 1501 o mas | 25 | 7 |
| Total | 366 | 100 |

Fuente: Encuesta
Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 3 Ingresos Económicos



Fuente: Cuadro Nro. 1
Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del universo encuestado el 7% responden que ganan de 0 a 354 dólares, el 45% afirman que sus ingresos van de 355 a 600; el 23% ganan más de 600; de igual forma podemos darnos cuenta que el 17% y el 7% con los porcentajes más altos conforman los sueldos más altos de más de 1000 dólares. Con lo que podemos analizar que las familias están aptas para satisfacer necesidades.

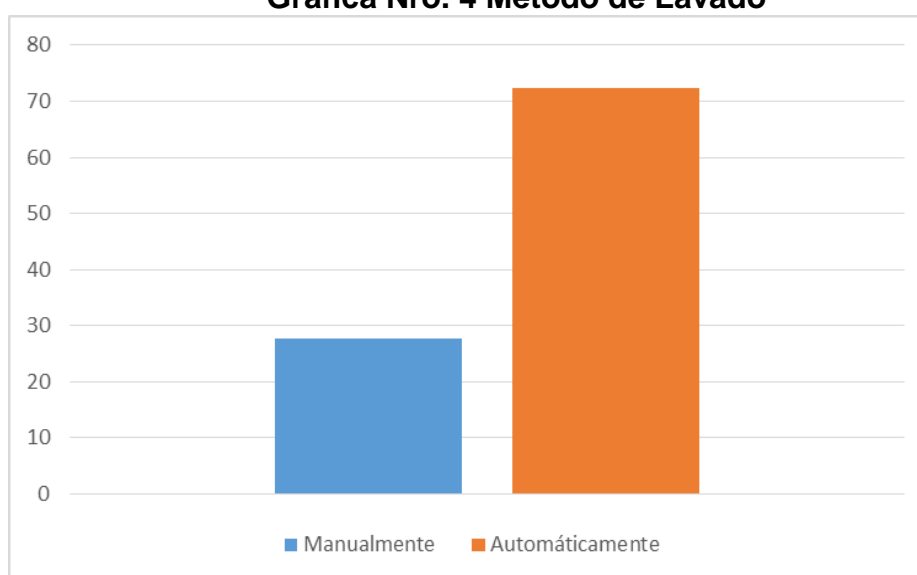
2. De las siguientes opciones, señale de qué forma lava sus prendas

Cuadro Nro. 2 Método de Lavado

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------|------------|------------|
| Manualmente | 101 | 28 |
| Automáticamente | 265 | 72 |
| Total | 366 | 100 |

Fuente: Encuesta
Elaborado: María Stefania Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 4 Método de Lavado



Fuente: Cuadro Nro. 2
Elaborado: María Stefania Astudillo Rivas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del universo encuestado el 28% manifiesta que lava sus prendas de vestir manualmente en su hogar y el 72% lava sus prendas de forma automática, ya que las personas prefieren esta última porque de cierta forma ahorran tiempo y es más práctico.

3. Si la respuesta a la pregunta 2, fue automáticamente, señale de qué forma

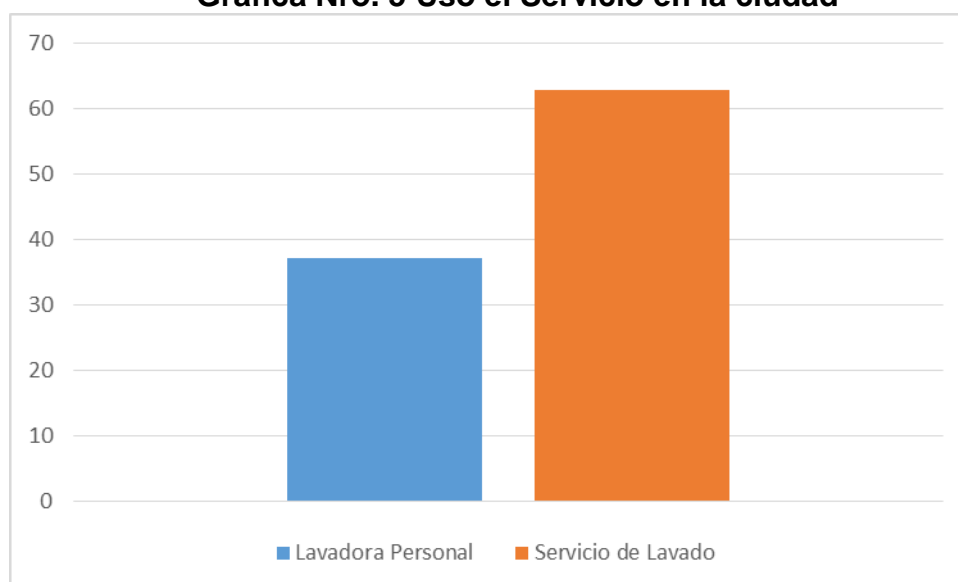
Cuadro Nro. 3 Uso el Servicio en la ciudad

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Lavadora Personal | 105 | 37 |
| Servicio de Lavado | 160 | 63 |
| Total | 265 | 100 |

Fuente: Encuesta

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 5 Uso el Servicio en la ciudad



Fuente: Cuadro Nro. 5

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del universo encuestado, el 37% manifiesta que el lavado de sus prendas lo realiza en una lavadora personal, que poseen en su casa. El otro 63% utiliza el servicio de lavado externo, ya que no poseen una lavadora automática. El servicio de lavado se refiere a microempresas que se dedican al lavado automático de las mismas.

4. ¿Existen empresas dedicadas al servicio de lavado de prendas de vestir?

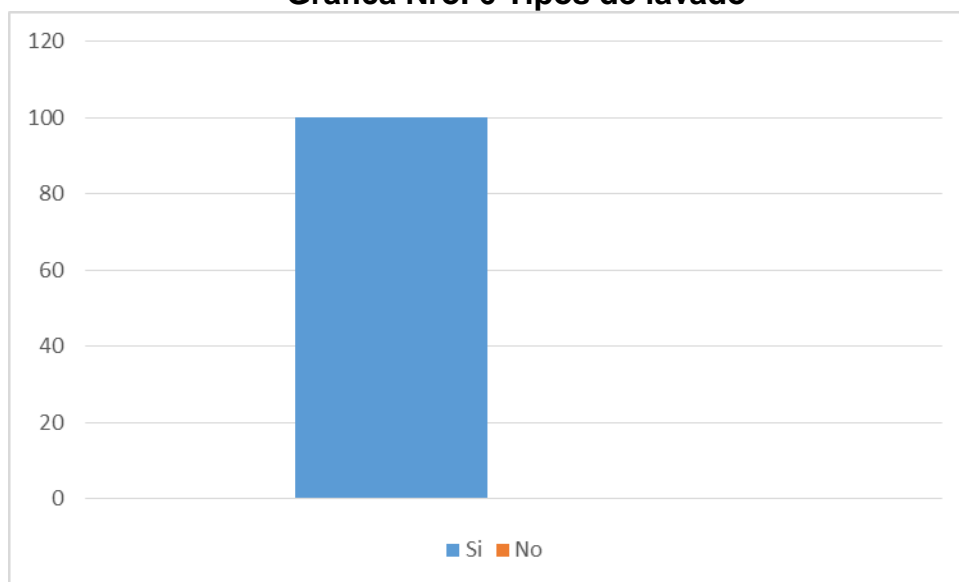
Cuadro Nro. 4 Tipos de lavado

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------|------------|------------|
| Si | 160 | 100 |
| No | 0 | 0 |
| Total | 160 | 100 |

Fuente: Encuesta

Elaborado: María Stefania Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 6 Tipos de lavado



Fuente: Cuadro Nro. 6

Elaborado: María Stefania Astudillo Rivas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del grupo de personas que respondieron a las interrogantes; el 100% ha podido manifestar que si existen empresas dedicadas al servicio de lavado de prendas de vestir; lo que quiere decir que las personas si conocen y hacen uso de este tipo de servicios.

5. ¿Cuántas veces al mes utiliza el servicio de lavado de prendas de vestir?

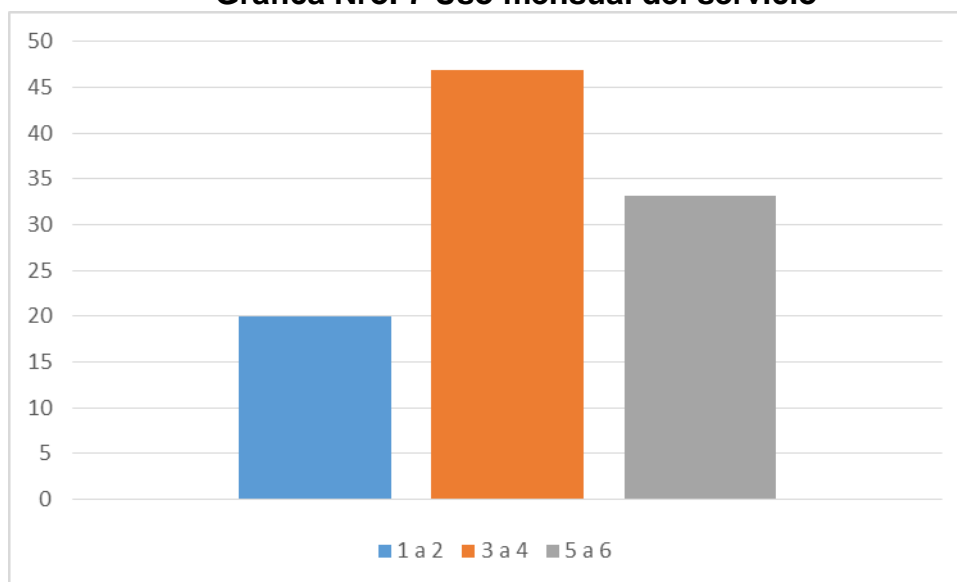
Cuadro Nro. 5 Uso mensual del servicio

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|-------------------|-------------------|
| 1 a 2 | 32 | 20 |
| 3 a 4 | 75 | 47 |
| 5 a 6 | 53 | 33 |
| Total | 160 | 100 |

Fuente: Encuesta

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 7 Uso mensual del servicio



Fuente: Cuadro Nro. 7

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del universo encuestado el 20% manifiesta que mensualmente realiza de 1 a 2 lavadas; el 47%, realiza el lavado de prendas de vestir de 3 a 4 veces por mes y el 33% lo realiza de 5 a 6 veces; con esto nos podemos dar cuenta que la creación de una empresa dedicada al lavado de prendas es factible, ya que la mayoría de las personas utilizan el servicio muchas veces al mes.

6. ¿Cómo califica el lavado de sus prendas de vestir?

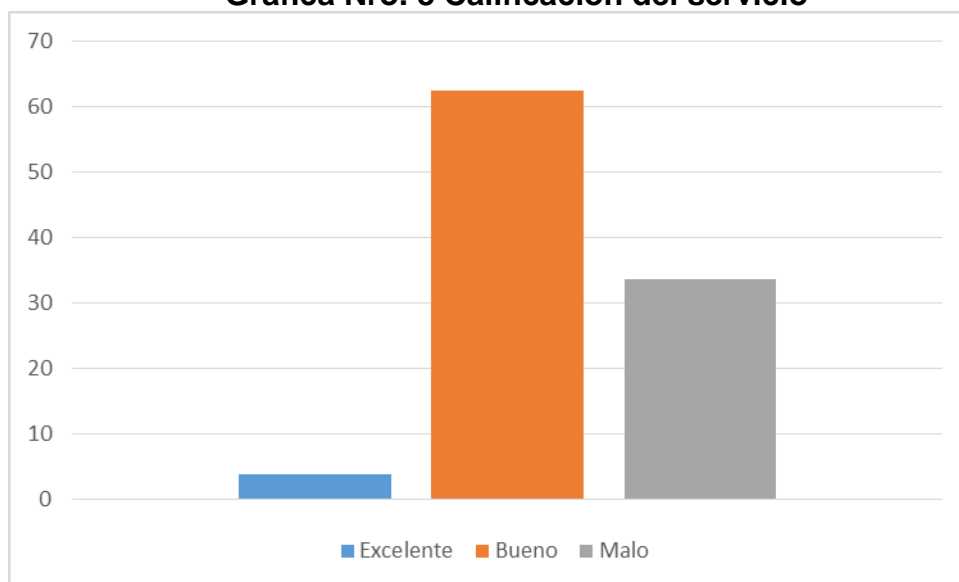
Cuadro Nro. 6 Calificación del servicio

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------|------------|------------|
| Excelente | 6 | 4 |
| Bueno | 100 | 63 |
| Malo | 54 | 34 |
| Total | 160 | 100 |

Fuente: Encuesta

Elaborado: María Stefania Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 8 Calificación del servicio



Fuente: Cuadro Nro. 8

Elaborado: María Stefania Astudillo Rivas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De las personas que han usado anteriormente el servicio el 4% manifiestan que ha sido un servicio excelente, el 63% que el resultado ha sido bueno, sin embargo el 34% manifiestan que el servicio ha sido malo; con lo que se puede analizar que las personas no están totalmente satisfechas con el resultado final del servicio, lo que nos da pautas para tomar decisiones estratégicas en el servicio que se puede ofrecer.

7. ¿Cuánto ha gastado en sus lavadas?

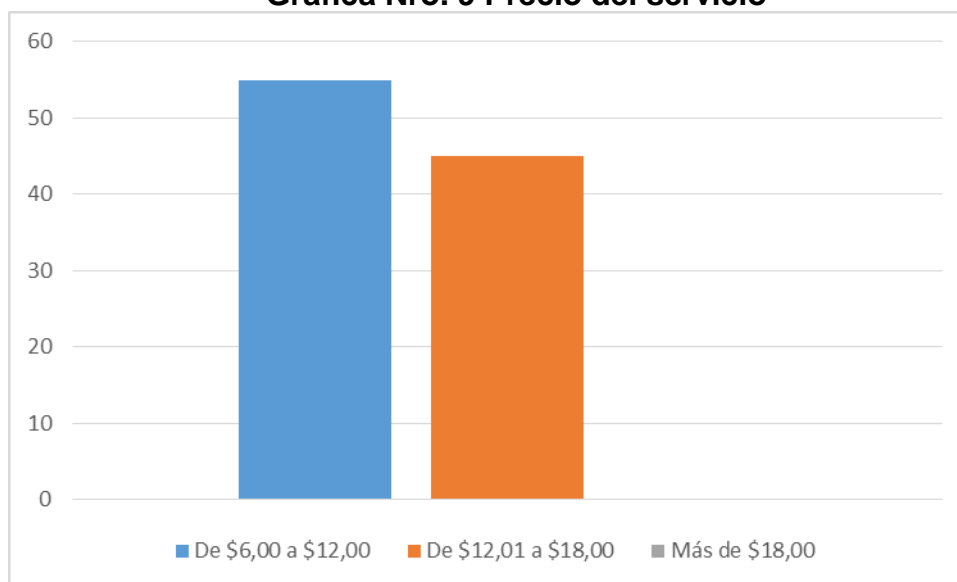
Cuadro Nro. 7 Precio del servicio

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|------------|
| De \$6,00 a \$12,00 | 88 | 55 |
| De \$12,01 a \$18,00 | 72 | 45 |
| Más de \$18,00 | 0 | 0 |
| Total | 160 | 100 |

Fuente: Encuesta

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 9 Precio del servicio



Fuente: Cuadro Nro. 9

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 55% de las personas encuestadas, las mismas que son la mayoría, revelan que el costo que pagan por el lavado de sus prendas de vestir es \$6,00 hasta de \$12,00. Otro 45% gastan de \$12,01 a \$18,00 y el 0% ha gastado más de \$18,00 ya que es un costo muy elevado. Con lo que determinamos el rango de costos de lavado y se establece el costo que las personas están dispuestas a pagar por el servicio.

8. ¿Conoce Usted ha cerca del servicio de lavado en seco de prendas de vestir?

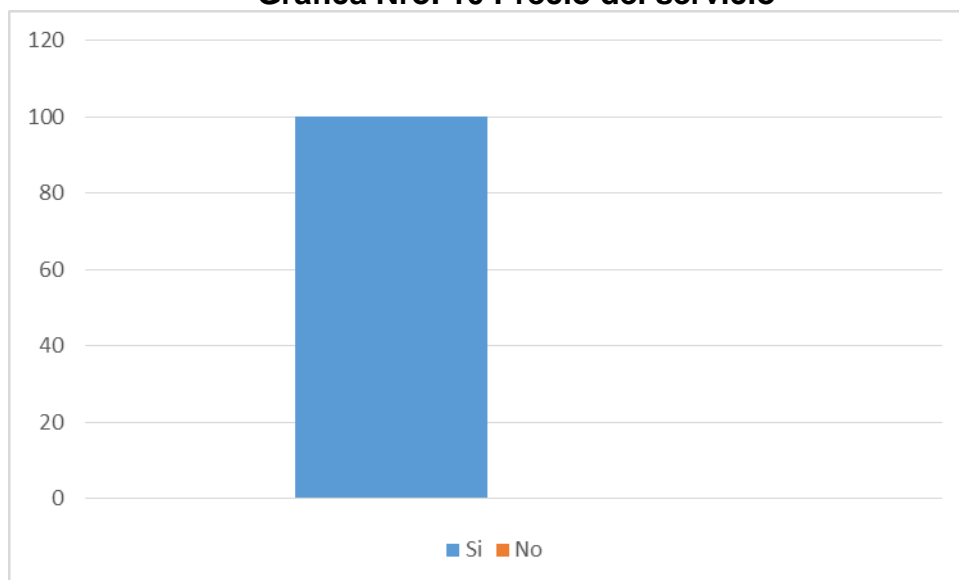
Cuadro Nro. 8 Precio del servicio

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|-------------------|-------------------|
| Si | 160 | 100 |
| No | 0 | 0 |
| Total | 160 | 100 |

Fuente: Encuesta

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 10 Precio del servicio



Fuente: Cuadro Nro. 9

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del universo encuestado el 100% manifiesta que si conoce o ha escuchado alguna vez ha cerca del lavado en seco de prendas de vestir, lo que nos indica que no es nada nuevo para los posibles usuarios del servicio.

9. Si su respuesta a la Pregunta 8, es afirmativa, señale de entre las siguientes opciones que beneficios conoce de este tipo de lavado

Cuadro Nro. 9 Precio del servicio

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| Las prendas se mantienen como nuevas, no se encogen, disolución de manchas | 149 | 93 |
| Es un servicio costoso | 7 | 4 |
| Lavado Normal de prendas de vestir | 4 | 3 |
| Total | 160 | 100 |

Fuente: Encuesta

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 11 Precio del servicio



Fuente: Cuadro Nro. 9

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 93% de las personas encuestadas, señaló de entre las opciones que saben que el lavado en seco logra mantener como nuevas las prendas, no permite que las mismas se encojan y que este lavado ayude a limpiar hasta las manchas más profundas. El 4% manifestó que conoce que es un servicio costoso y el 3% señaló que es un lavado común y corriente, igual al lavado normal.

10. ¿Si se instalara en la Ciudad de Zamora una empresa dedicada al lavado en seco de prendas de vestir que le brinde economía, rapidez, excelente servicio y sobre todo alargue la vida de sus prendas, haría uso de sus servicios?

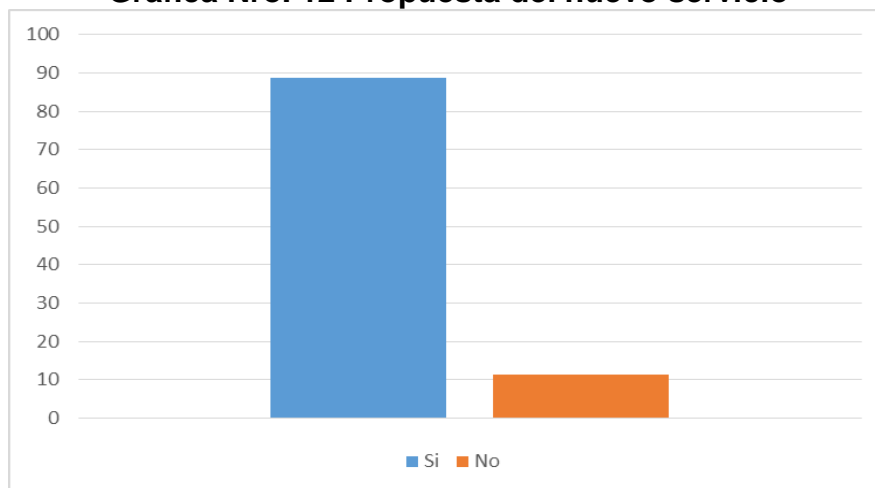
Cuadro Nro. 10 Propuesta del nuevo servicio

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------|------------|------------|
| Si | 142 | 89 |
| No | 18 | 11 |
| Total | 160 | 100 |

Fuente: Encuesta

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 12 Propuesta del nuevo servicio



Fuente: Cuadro Nro. 10

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En caso de que se implementara una empresa dedicada al servicio de lavado en seco de prendas de vestir en la Ciudad de Zamora, el 89% manifiestan que si harían uso del servicio; por otro lado el 11% manifiestan que no. Lo que nos da una pauta determinante para deducir que la idea de negocio buena y además factible.

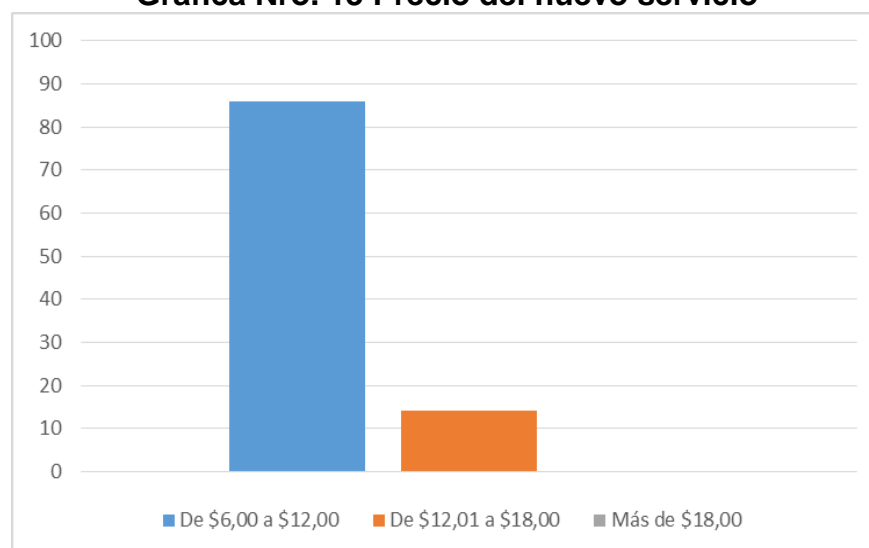
11. ¿Cuánto pagaría por el servicio de lavado normal de sus prendas de vestir?

Cuadro Nro. 11 Precio del nuevo servicio

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|------------|
| De \$6,00 a \$12,00 | 122 | 86 |
| De \$12,01 a \$18,00 | 20 | 14 |
| Más de \$24,00 | 0 | 0 |
| Total | 142 | 100 |

Fuente: Encuesta
Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 13 Precio del nuevo servicio



Fuente: Cuadro Nro. 11
Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del universo encuestado el 86% que es la gran mayoría de igual forma manifiestan que pagarían de \$6,00 a \$12,00 por el lavado en seco de prendas de vestir. Un 14% manifiesta que si accedería al pago de \$12,00 a \$18,00, sin embargo nadie pagaría más de \$18,00. Con lo que nos damos cuenta que las personas no pagarían por el servicio más de lo que pagan actualmente.

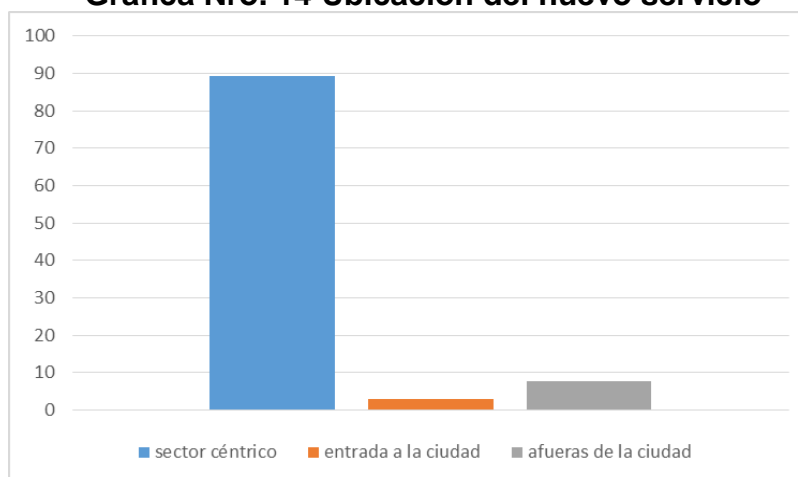
12. ¿Qué lugar considera Ud. más conveniente para la ubicación de la empresa que brinde el servicio de lavado en seco de sus prendas de vestir?

Cuadro Nro. 12 Ubicación del nuevo servicio

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|------------|
| sector céntrico | 127 | 89 |
| entrada a la ciudad | 4 | 3 |
| afueras de la ciudad | 11 | 8 |
| Total | 142 | 100 |

Fuente: Encuesta
Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 14 Ubicación del nuevo servicio



Fuente: Cuadro Nro. 12
Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del universo encuestado el 89% manifiesta que le gustaría que la empresa esté ubicada en el centro de la ciudad, ya que por ser pequeña, todos los almacenes y otros negocios están cerca uno de otro, y es más fácil acceder al mismo. Para un 3% debe quedar en la entrada de la ciudad ya que no hay mucha congestión vehicular, y un 8% manifiesta que el servicio debe quedara las afueras de ciudad para mayor comodidad.

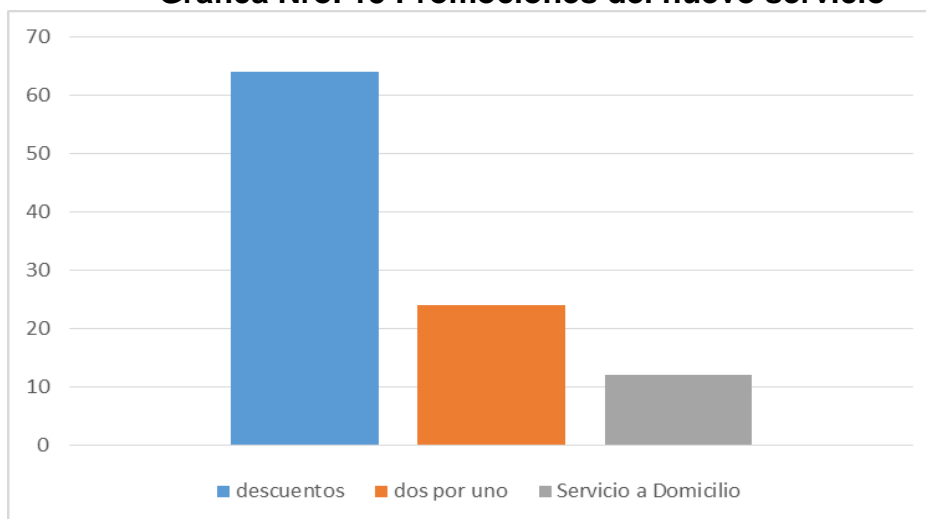
13. ¿Qué promociones le gustaría recibir por parte de la empresa?

Cuadro Nro. 13 Promociones del nuevo servicio

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------------|-------------------|-------------------|
| descuentos | 91 | 64 |
| dos por uno | 34 | 24 |
| Servicio a Domicilio | 17 | 12 |
| Total | 142 | 100 |

Fuente: Encuesta
Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 15 Promociones del nuevo servicio



Fuente: Cuadro Nro. 13
Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Como en toda empresa, deben existir promociones, luego de realizar la respectiva encuesta, las personas contestaron a la misma que la promoción por la que más se inclinan es por descuentos en el lavado de las prendas de vestir, con un 64%, seguido de un 24% las mismas que les gustaría promociones como dos por uno. Finalmente un 12% se ha decidido por la opción de servicio a domicilio. Con estos datos más adelante en el desarrollo del proyecto podemos tomar decisiones en cuanto a estrategias para atraer a más usuarios.

14. ¿En qué medios le gustaría que la empresa realice la publicidad de la lavadora en seco de prendas de vestir?

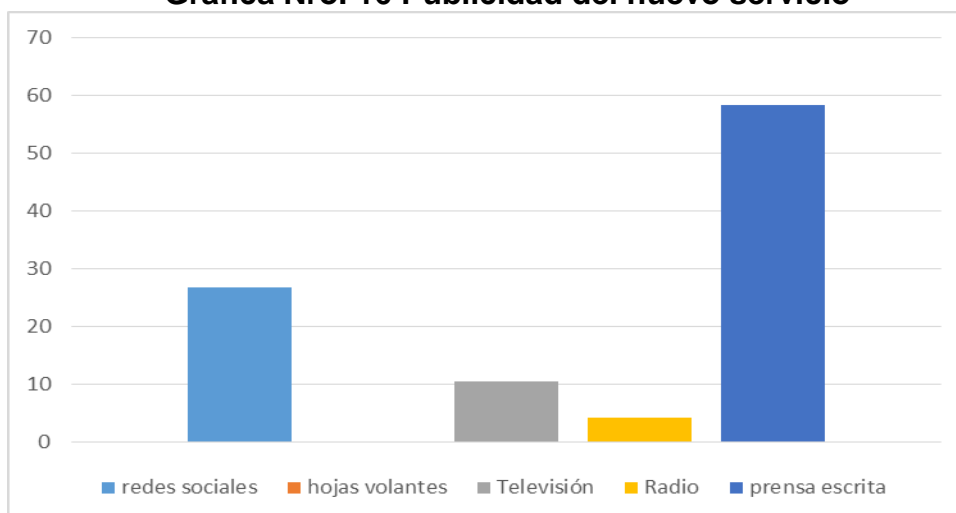
Cuadro Nro. 14 Publicidad del nuevo servicio

| Variabes | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------|-------------------|-------------------|
| redes sociales | 38 | 27 |
| hojas volantes | 0 | 0 |
| Televisión | 15 | 11 |
| Radio | 6 | 4 |
| prensa escrita | 83 | 58 |
| Total | 142 | 100 |

Fuente: Encuesta

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 16 Publicidad del nuevo servicio



Fuente: Cuadro Nro. 14

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De las personas encuestadas en la ciudad de Zamora, la mayoría que representa el 27%, ha manifestado que el mejor medio para dar a conocer a la empresa es por medio de las redes sociales; seguido de publicidad televisiva en un 11%, con un 4% publicidad radial y finalmente con un 58% redes sociales. Con estos datos podemos determinar la forma exacta de publicidad de la empresa.

15. Si su respuesta a la pregunta 14, fue radio, seleccione por cuál de las siguientes le gustaría escuchar la publicidad. Y en qué horarios.

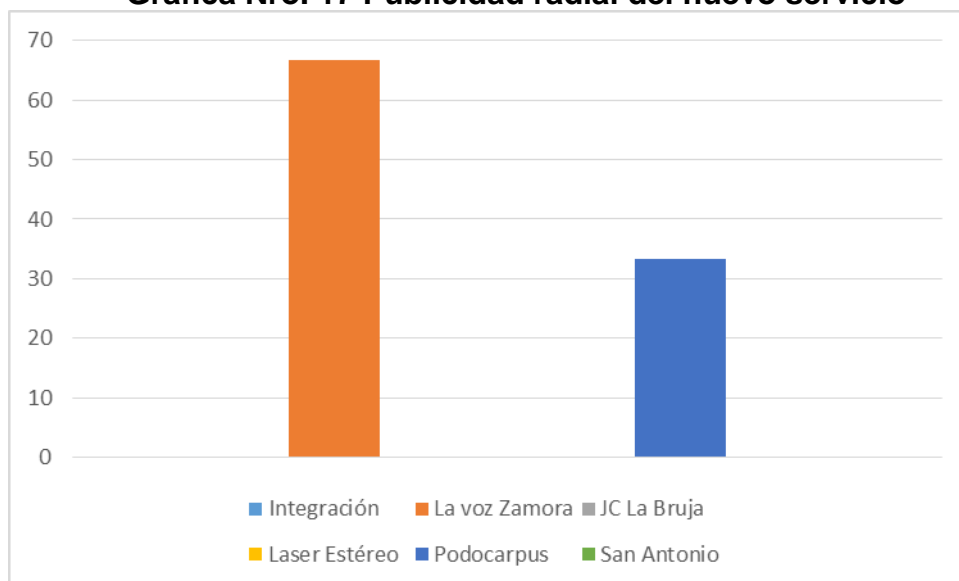
Cuadro Nro. 15 Publicidad radial del nuevo servicio

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------|------------|------------|
| Integración | 0 | 0 |
| La voz Zamora | 4 | 67 |
| JC La Bruja | 0 | 0 |
| Laser Estéreo | 0 | 0 |
| Podocarpus | 2 | 33 |
| San Antonio | 0 | 0 |
| Total | 6 | 100 |

Fuente: Encuesta

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 17 Publicidad radial del nuevo servicio



Fuente: Cuadro Nro. 15

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

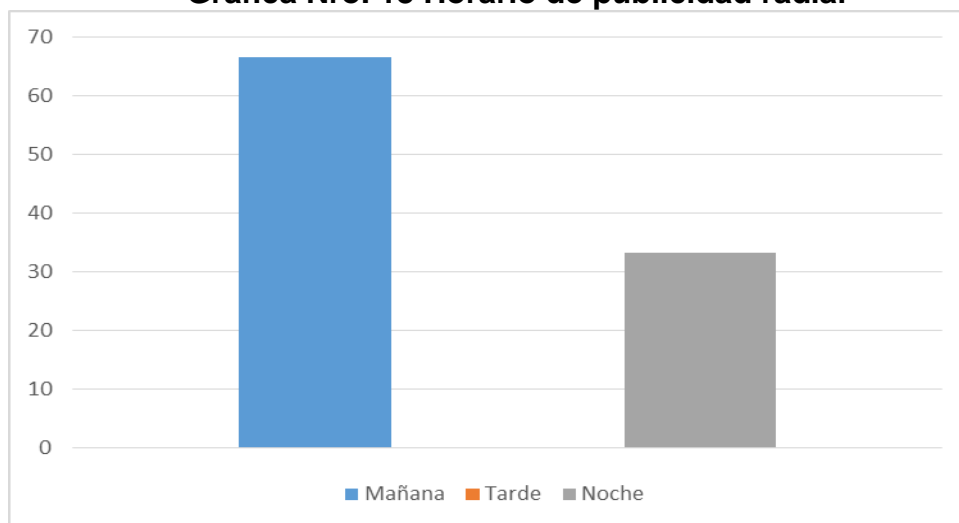
Cuadro Nro. 16 Horario de publicidad radial

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|-------------------|-------------------|
| Mañana | 4 | 67 |
| Tarde | 0 | 0 |
| Noche | 2 | 33 |
| Total | 6 | 100 |

Fuente: Encuesta

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 18 Horario de publicidad radial



Fuente: Cuadro Nro.16

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De las personas encuestadas, que escogieron la opción de publicidad radial. El 67%, manifiestan que la mejor radio para la propaganda es La Voz Zamora; por ser una emisora muy conocida en la ciudad. Y el otro 33% prefieren la emisora Podocarpus; ya que dicen que es una emisora informativa. Por otro lado el horario que prefieren para escuchar la propaganda es el de la mañana con un 67% ya que se les facilita a las amas de casa escuchar mientras cumplen con las labores diarias, y otro 33% prefiere que sea en las noches.

16. Si usted escogió la opción de Tv en la pregunta 14, ¿Qué medio Televisivo de la ciudad de Zamora es el preferido? Y en qué horarios

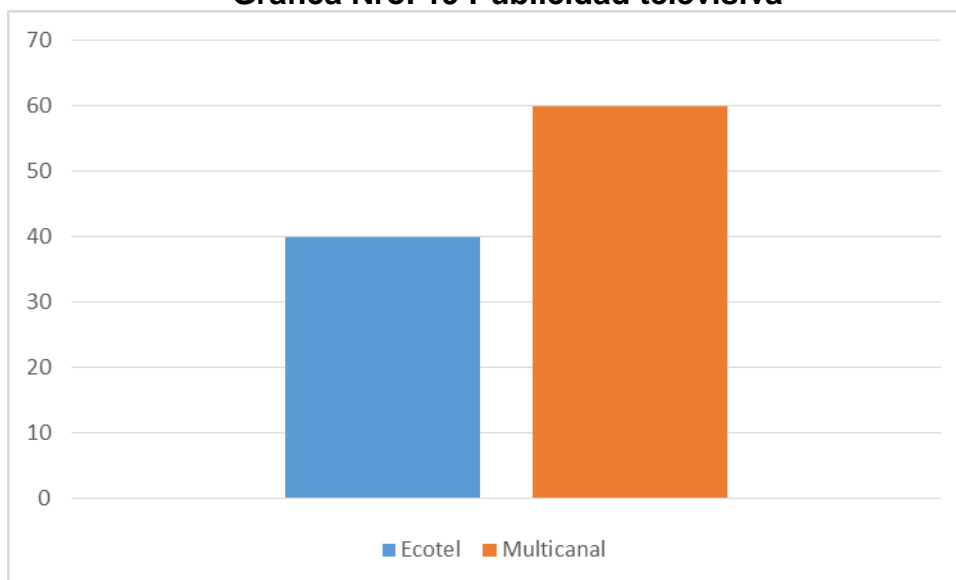
Cuadro Nro. 17 Publicidad televisiva

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------|------------|------------|
| Ecotel | 6 | 40 |
| Multicanal | 9 | 60 |
| Total | 15 | 100 |

Fuente: Encuesta

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 19 Publicidad televisiva



Fuente: Cuadro Nro. 17

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

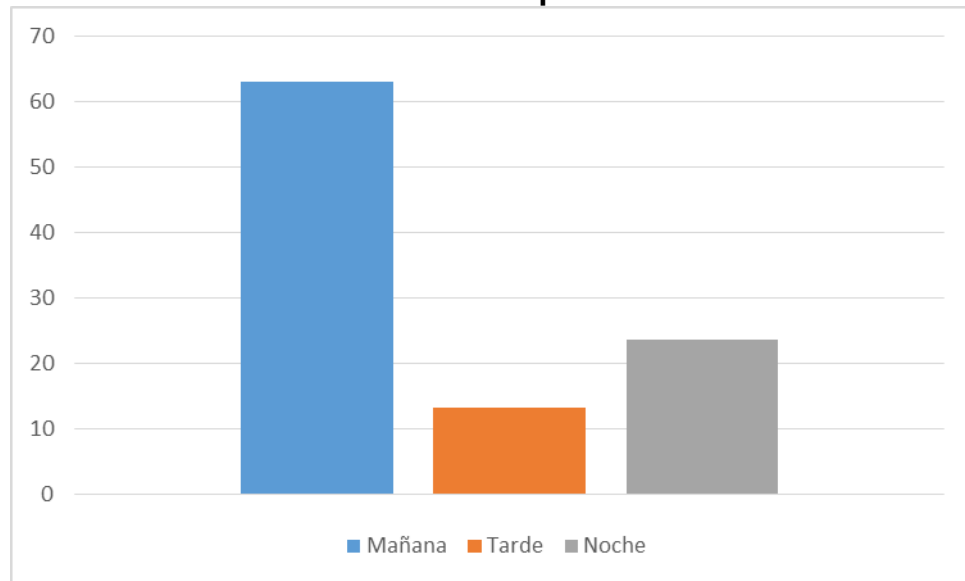
Cuadro Nro. 18 Horario de publicidad televisiva

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------|------------|------------|
| Mañana | 24 | 63 |
| Tarde | 5 | 13 |
| Noche | 9 | 24 |
| Total | 38 | 100 |

Fuente: Encuesta

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 20 Horario de publicidad televisiva



Fuente: Cuadro Nro. 18
Elaborado: María Stefania Astudillo Rivas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del universo encuestado, quienes respondieron a la interrogante con que prefieren la publicidad televisiva; el 60% manifiesta que escogen el canal Multicanal; ya que es un canal Zamorano al que todos tiene acceso. Por otra parte, un 40% manifiestan que prefieren que la publicidad televisiva se de en el canal de Ecotel. El horario que marcan es el de la mañana en su mayoría con un 63%, ya que muchos prenden la televisión para informarse un poco de lo que va a suceder en día; un 13% escogieron el horario de la tarde y finalmente un 24% escogen la noche ya que al llegar a sus casas después de un día de funciones, encienden la televisión para informarse mientras descansan

17. Si escogió la opción de prensa escrita en la pregunta 14, ¿Qué periódico de la ciudad de Zamora es el preferido por usted y su familia?

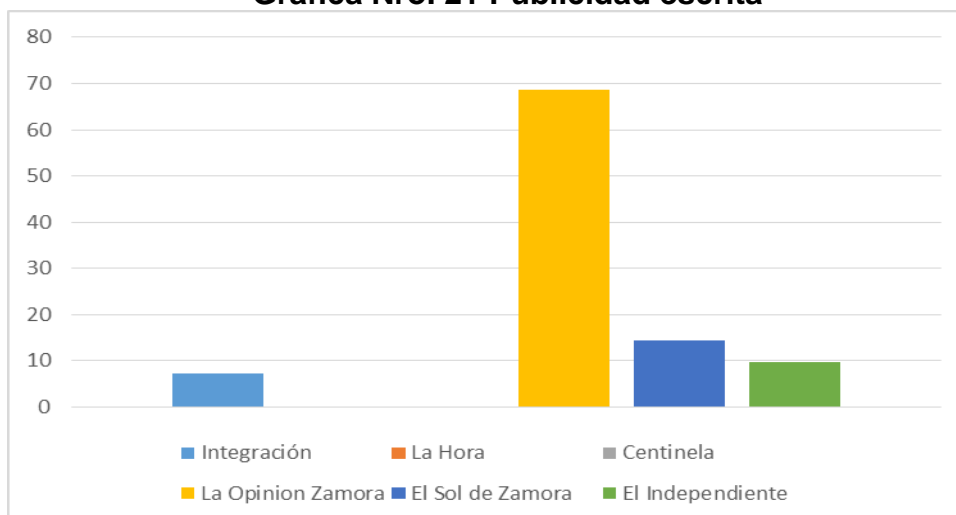
Cuadro Nro. 19 Publicidad escrita

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------|------------|------------|
| Integración | 6 | 7 |
| La Hora | 0 | 0 |
| Centinela | 0 | 0 |
| La Opinión Zamora | 57 | 69 |
| El Sol de Zamora | 12 | 14 |
| El Independiente | 8 | 10 |
| Total | 83 | 100 |

Fuente: Encuesta

Elaborado: María Stefania Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 21 Publicidad escrita



Fuente: Cuadro Nro. 19

Elaborado: María Stefania Astudillo Rivas

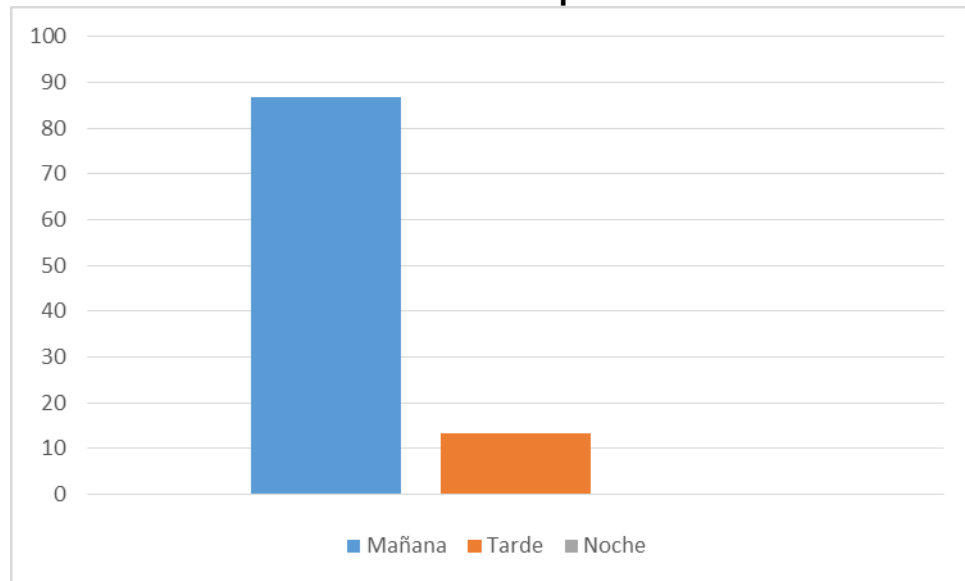
Cuadro Nro. 20 Horario de publicidad escrita

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Mañana | 72 | 87 |
| Tarde | 11 | 13 |
| Noche | 0 | 0 |
| Total | 83 | 100 |

Fuente: Encuesta

Elaborado: María Stefania Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 22 Horario de publicidad escrita



Fuente: Cuadro Nro. 20
Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del universo encuestado, quienes prefieren publicidad por prensa escrita, escogen en su mayoría a la prensa La Opinión Zamora con un 69%, seguido de un 14% por la prensa El Sol de Zamora y el 10% la radio El Independiente; por ser la prensa escrita con más acogida por el tipo de noticias informativas que contienen. El horario, el 87% escoge en la mañana.

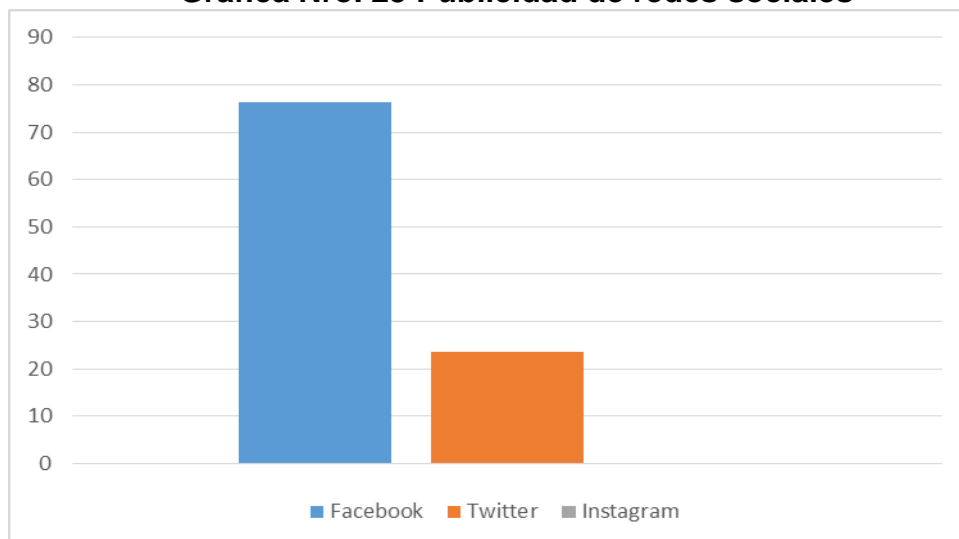
18. Si su respuesta a la pregunta 14, fue redes sociales, mencione en cuales le gustaría ver la publicidad

Cuadro Nro. 23 Publicidad de redes sociales

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Facebook | 29 | 76 |
| Twitter | 9 | 24 |
| Instagram | 0 | 0 |
| Total | 38 | 100 |

Fuente: Encuesta
Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 23 Publicidad de redes sociales



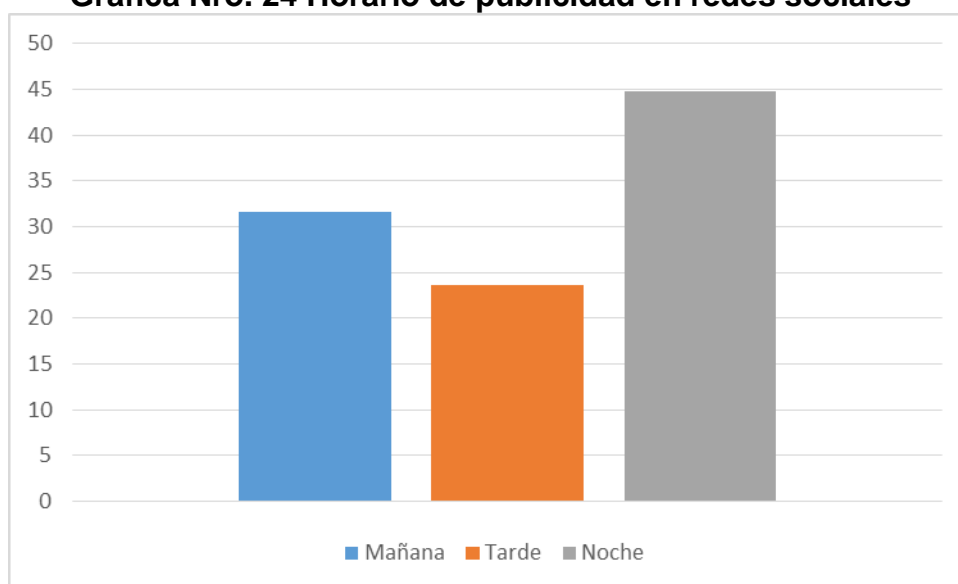
Fuente: Cuadro Nro. 21
Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Cuadro Nro. 22 Horario de publicidad en redes sociales

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Mañana | 12 | 32 |
| Tarde | 9 | 24 |
| Noche | 17 | 45 |
| Total | 38 | 100 |

Fuente: Encuesta
Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 24 Horario de publicidad en redes sociales



Fuente: Cuadro Nro. 22
Elaborado: María Stefania Astudillo Rivas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del universo encuestado, el 76% manifiestan que Facebook, es la mejor red social para difundir información acerca de la lavadora de ropa, y el otro 24% prefieren Twitter. El horario el 32% prefiere la mañana, el 24% en la tarde y el 45% en la noche; este último ya que en ese horario tienen más facilidad y acceso al internet.

ENTREVISTA A OFERENTES

1. ¿Qué tiempo lleva su lavadora ofreciendo sus servicios?

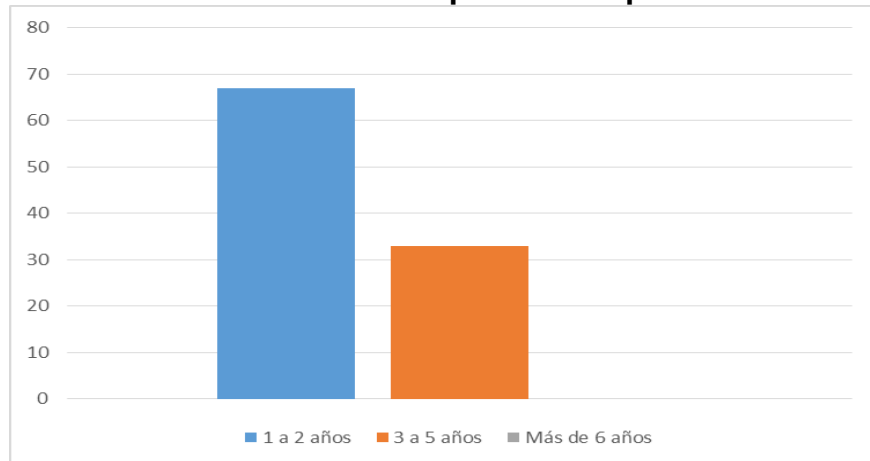
Cuadro Nro. 23 Tiempo de la empresa

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------|------------|------------|
| 1 a 2 años | 2 | 67 |
| 3 a 5 años | 1 | 33 |
| Más de 6 años | 0 | 0 |
| Total | 3 | 100 |

Fuente: Entrevista

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 25 Tiempo de la empresa



Fuente: Cuadro Nro. 23

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De las 3 empresas entrevistadas, los gerentes de cada una supieron manifestar, que el tiempo que llevan en el mercado de 1 a 2 años, el 67%, estas son la empresa “Burbujas” la misma que brinda sus servicios por dos años; y “Coco Laundry” por un año. Por otro lado el gerente de la empresa “Lavado de ropa” supo manifestar que lleva en el mercado por cinco años, lo que corresponde al 33%.

2. ¿Cuántos empleados confirman la empresa?

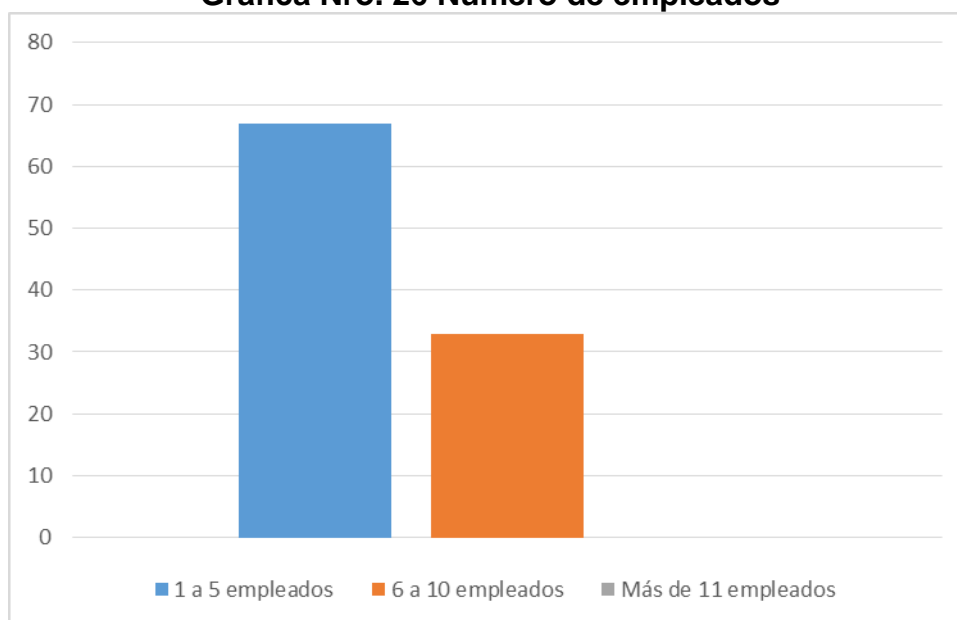
Cuadro Nro. 24 Número de empleados

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------|------------|------------|
| 1 a 5 empleados | 2 | 67 |
| 6 a 10 empleados | 1 | 33 |
| Más de 11 empleados | 0 | 0 |
| Total | 3 | 100 |

Fuente: Entrevista

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 26 Número de empleados



Fuente: Cuadro Nro. 24

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 67% de los entrevistados, manifiestan que tienen de 1 a 5 empleados, estas son las empresas “Burbujas” y “Coco Laundry”. Por otro lado “Lavado de Ropa” manifiesta que tiene más de 6 empleados. Lo que nos permite determinar que las tres son empresas relativamente pequeñas.

3. ¿Qué servicios ofrece en su empresa?

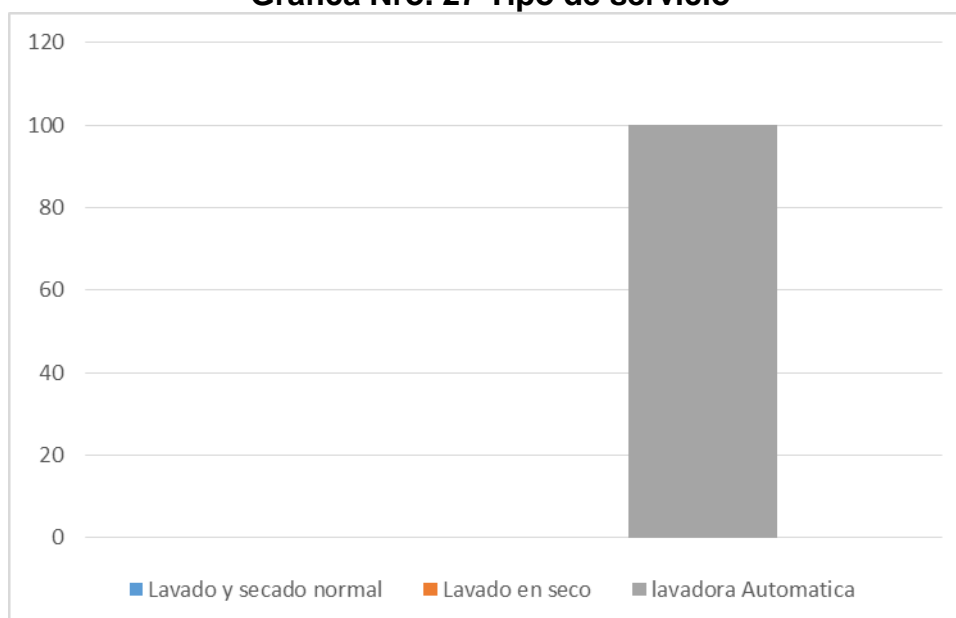
Cuadro Nro. 25 Tipo de servicio

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------|------------|------------|
| Lavado y secado normal | 0 | 0 |
| Lavado en seco | 0 | 0 |
| lavadora Automática | 3 | 100 |
| Total | 3 | 100 |

Fuente: Entrevista

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 27 Tipo de servicio



Fuente: Cuadro Nro. 25

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del universo entrevistado, los gerentes de las tres empresas han sabido manifestar que los servicios que se realizan en las empresas son de lavado automático, lo que nos da el 100% entre estos dos tipos de servicio. Y nuevamente determinamos que el servicio no se ofrece en la ciudad.

4. ¿Piensa Usted, que el tener una empresa dedicada al lavado de prendas de vestir es rentable?

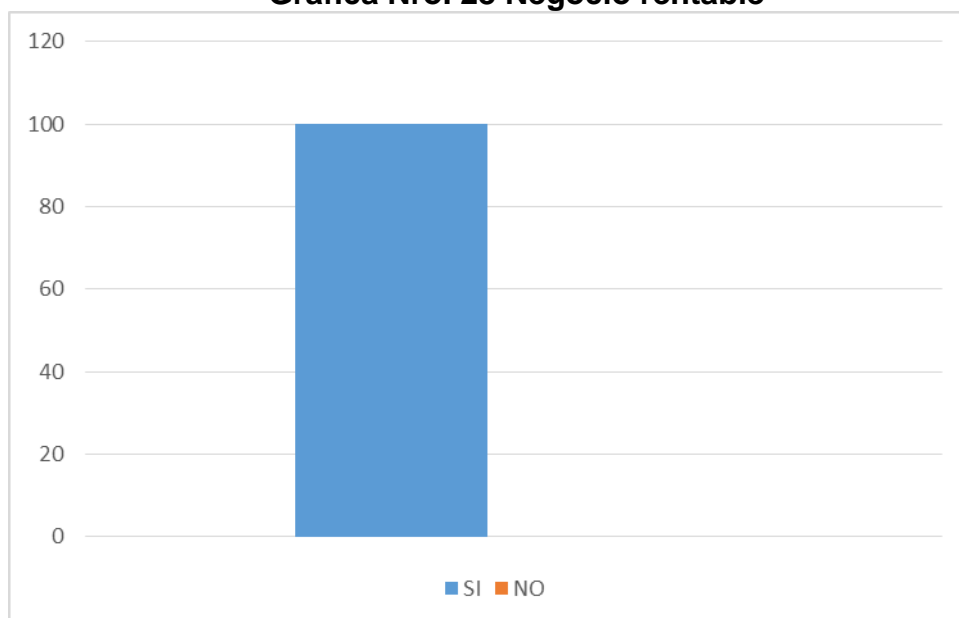
Cuadro Nro. 26 Negocio rentable

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| SI | 3 | 100 |
| NO | 0 | 0 |
| Total | 3 | 100 |

Fuente: Entrevista

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 28 Negocio rentable



Fuente: Cuadro Nro. 26

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Para los tres gerentes, que representan al 100% el tener una empresa dedicada al servicio de lavado de prendas.

5. ¿Considera Usted que tiene competencia en el mercado?

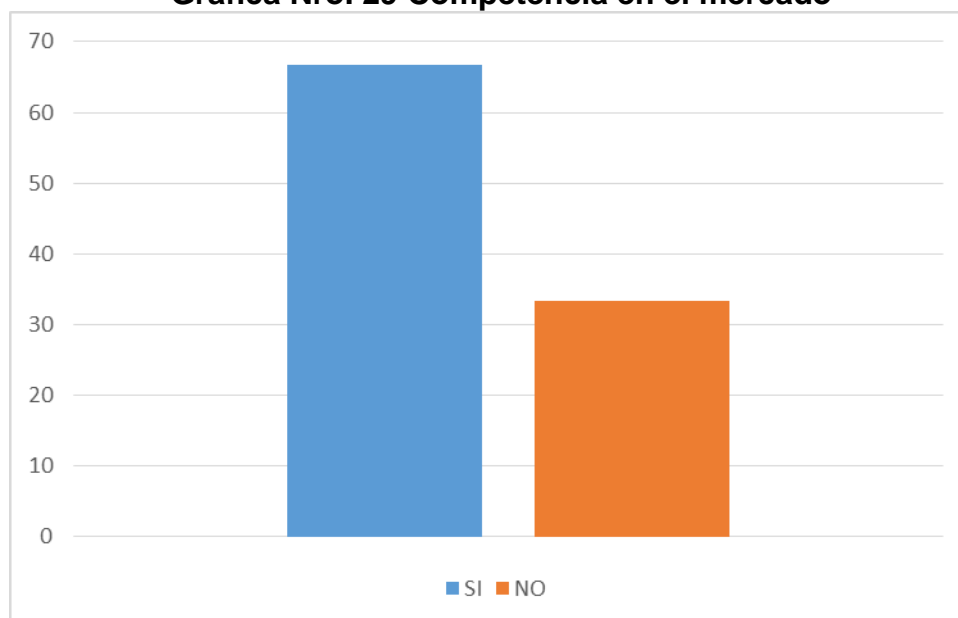
Cuadro Nro. 27 Competencia en el mercado

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| SI | 3 | 100 |
| NO | 0 | 0 |
| Total | 3 | 100 |

Fuente: Entrevista

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 29 Competencia en el mercado



Fuente: Cuadro Nro. 27

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Para los tres gerentes, que nuevamente representan el 100%, la competencia si existe, por ser una ciudad pequeña.

6. ¿Conoce Usted de alguna empresa dedicada al servicio de lavado en seco de las prendas de vestir en la ciudad?

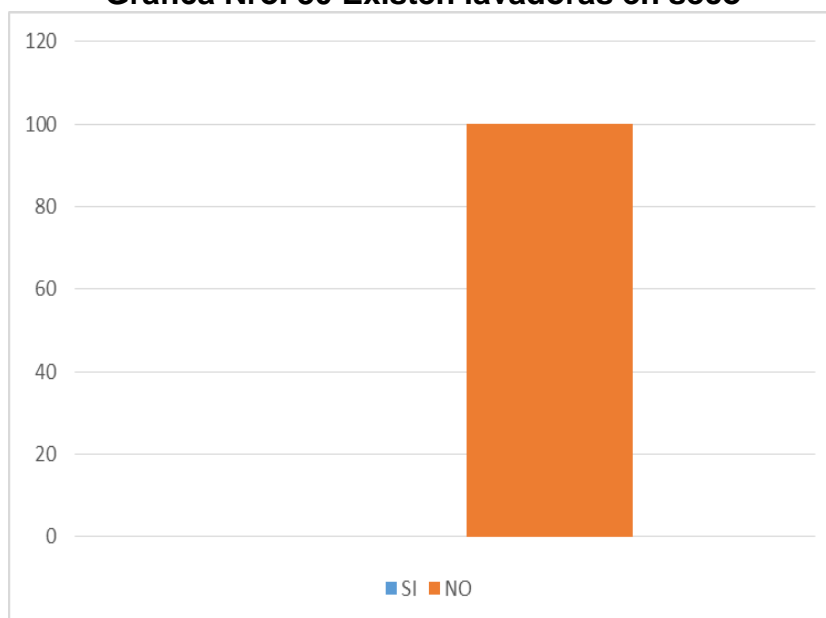
Cuadro Nro. 28 Existen lavadoras en seco

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| SI | 0 | 0 |
| NO | 3 | 100 |
| Total | 3 | 100 |

Fuente: Entrevista

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 30 Existen lavadoras en seco



Fuente: Cuadro Nro. 28

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 100% de los entrevistados indicó que en la ciudad de Zamora, no existe una empresa dedicada al servicio de lavado en seco de prendas de vestir.

7. ¿Cuáles son los costos de sus servicios?

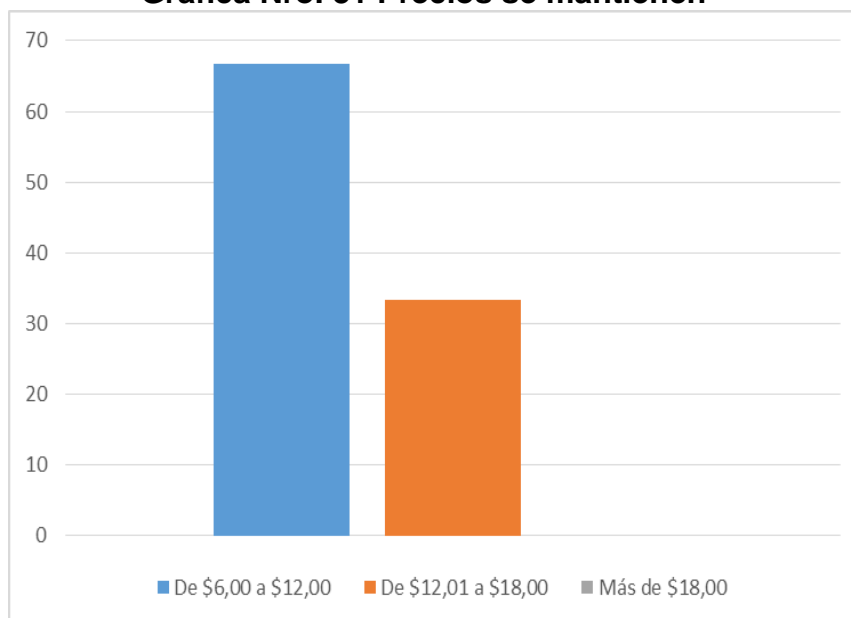
Cuadro Nro. 29 Precios se mantienen

| VARIABLES | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|------------|
| De \$6,00 a \$12,00 | 2 | 67 |
| De \$12,01 a \$18,00 | 1 | 33 |
| Más de \$18,00 | 0 | 0 |
| Total | 3 | 100 |

Fuente: Entrevista

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 31 Precios se mantienen



Fuente: Cuadro Nro. 29

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los gerentes de las empresas manifiestan que los costos del servicio van desde los \$6,00 hasta los \$12,00 como en el caso de “Lavadora de Ropa” y burbujas, estos representados por el 67% y el otro 33% que es la empresa Coco Laundry supo manifestar que el costo varía de \$12,01 a \$18,00.

8. ¿Cuántas veces al mes hacen uso de sus servicios las personas?

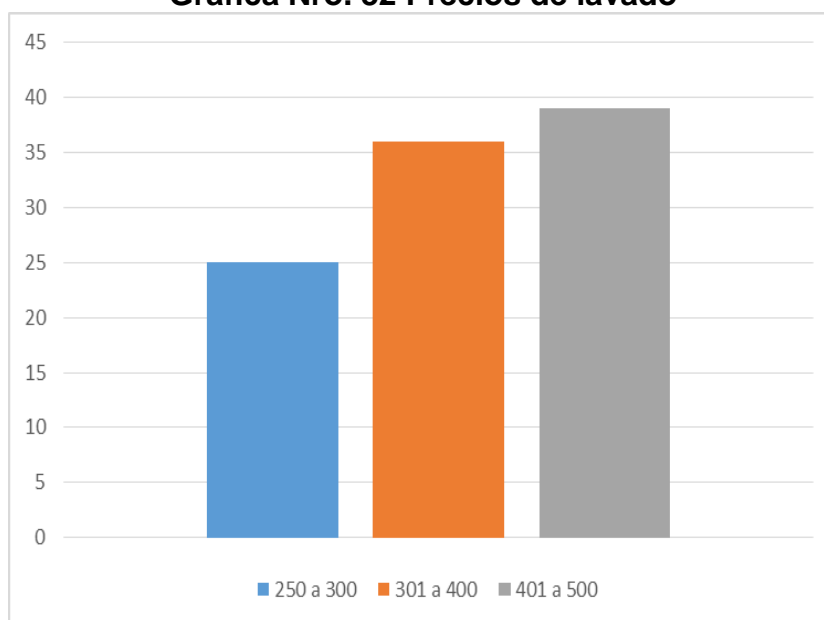
Cuadro Nro. 30 Precios de lavado

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| 250 a 300 | 1 | 25 |
| 301 a 400 | 2 | 36 |
| 401 a 500 | 0 | 39 |
| Total | 3 | 100 |

Fuente: Entrevista

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 32 Precios de lavado



Fuente: Cuadro Nro. 30

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

“Burujas” que representa el 25% realiza el servicio 295 veces al mes. “Coco Laundry” igual con un 36%, 395 veces y “Lavado de ropa” igualmente con un 39% 468 veces.

9. ¿Cuántos kilos de ropa lava aproximadamente al año?

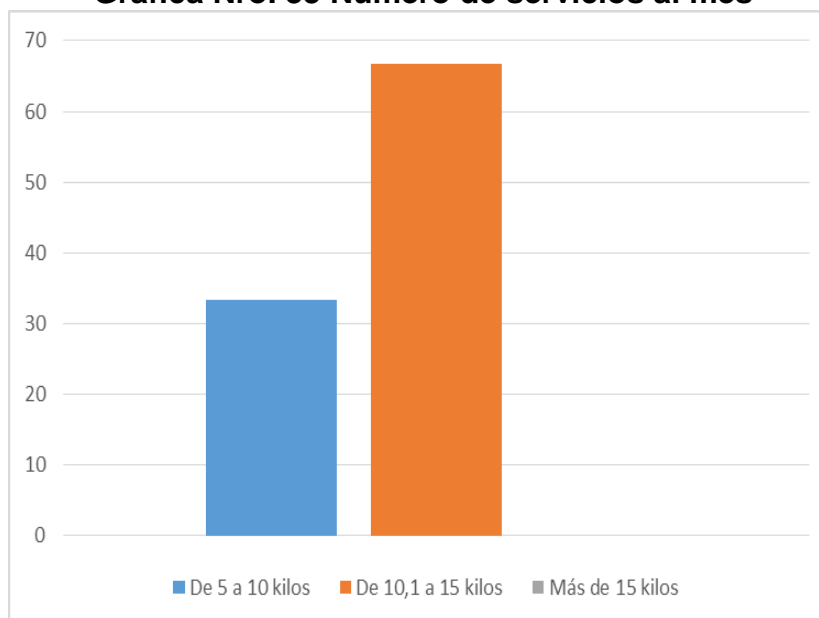
Cuadro Nro. 31 Número de servicios al mes

| Variables | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| De 5 a 10 kilos | 1 | 33 |
| De 10,1 a 15 kilos | 2 | 67 |
| Más de 15 kilos | 0 | 0 |
| Total | 3 | 100 |

Fuente: Entrevista

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 33 Número de servicios al mes



Fuente: Cuadro Nro. 31

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

“Lavado de ropa” y “Burbujas”; que representan el 67%, manifiestan que anualmente lavan de 10,01 a 15 kilos de ropa, por otro lado “Coco Laundry” realiza anualmente un lavado de 5 a 10 kilos.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO, ANALISIS DE LA DEMANDA, ANALISIS DE LA OFERTA Y PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Una vez obtenidos los datos en aplicación de la encuesta y la entrevista; en el presente capítulo se realizará el Estudio de Mercado, el mismo que incluye el Análisis de la Demanda, Análisis de la Oferta y el Plan de Comercialización. Se realizarán las proyecciones de la oferta y la demanda; lo que es base para el posterior estudio técnico; con el objetivo de conocer los gustos y preferencias del usuario potencial y de esta forma hacer que la implementación de la Lavadora en seco de prendas de vestir en la ciudad de Zamora, provincia de Zamora Chinchipe sea factible. Las respectivas proyecciones se las realizará con la tasa de crecimiento poblacional, la misma que es 1,15% (Datos obtenidos del INEC, censo 2010).

a) Estudio de Mercado

Con la realización de las entrevistas a las dos empresas **“Burbujas”**, **“Coco Laundry”** y **“Lavadora de Ropa”** de la Ciudad de Zamora, dedicadas al servicio de lavado de ropa; ninguna a lavado en seco, sin embargo las hemos tomado en cuenta por ser empresas que ofrecen un servicio sustituto. De igual forma las encuestas aplicadas a la muestra del total de la población de Zamora segmentada por familias; las mismas que son 366; los datos obtenidos, son resultados con los cuales se procede a la determinación de la demanda potencial, real y efectiva. Así como la oferta, y la demanda insatisfecha de la Lavadora en seco de prendas de vestir. Tomando en

cuenta los gustos y preferencias del consumidor con el único propósito de poder satisfacer las necesidades en cuanto a lo que se refiere a lavado y cuidado de las prendas de vestir.

b) Análisis de la Demanda

Para proceder con el análisis de la demanda es importante determinar el número de personas dispuestas a hacer uso del servicio de lavado en seco de prendas de vestir.

DEMANDA POTENCIAL

Esta demanda corresponde a las 7586 familias que hacen uso del servicio de lavado en la Ciudad de Zamora; por lo que se ha tomado en cuenta la población por familias y la tasa de crecimiento poblacional del 1,15%. Para estos datos se toman en cuenta la Pregunta No.2, Cuadro 2 de la encuesta.

Cuadro Nro. 32 Demanda Potencial

| AÑOS | POBLACION FAMILIAS DE LA CIUDAD DE ZAMORA | DEMANDA POTENCIAL 72% |
|-------------|--|------------------------------|
| 0 | 7586 | 5462 |
| 1 | 7673 | 5525 |
| 2 | 7761 | 5588 |
| 3 | 7851 | 5653 |
| 4 | 7941 | 5718 |
| 5 | 8032 | 5783 |
| 6 | 8125 | 5850 |
| 7 | 8218 | 5917 |
| 8 | 8313 | 5985 |
| 9 | 8408 | 6054 |
| 10 | 8505 | 6124 |

Fuente: Encuesta, Pregunta No. 2 / INEC

Elaborado: María Stefania Astudillo Rivas

DEMANDA REAL

Para la determinación de la demanda actual se multiplica la demanda potencial por el porcentaje de personas que hacen uso del lavado que es el 73%; resultado obtenido de la Pregunta No.3, Cuadro Nro. 3 y Cuadro Nro. 31.

Cuadro Nro. 33 Demanda Real

| AÑOS | DEMANDA POTENCIAL | DEMANDA REAL 63% |
|-------------|--------------------------|-------------------------|
| 0 | 5462 | 3441 |
| 1 | 5526 | 3481 |
| 2 | 5590 | 3522 |
| 3 | 5656 | 3563 |
| 4 | 5722 | 3605 |
| 5 | 5789 | 3647 |
| 6 | 5857 | 3690 |
| 7 | 5925 | 3733 |
| 8 | 5995 | 3777 |
| 9 | 6065 | 3821 |
| 10 | 6136 | 3865 |

Fuente: Encuesta, Pregunta No. 3
Elaborado: María Stefania Astudillo Rivas

PROMEDIO USO ANUAL

El promedio uso anual, es igual a la sumatoria de todos los consumos, dividido para el total de personas que hacen uso de este servicio de lavado de prendas de vestir. Se toma en cuenta la Pregunta No. 6, Cuadro Nro. 8, y se realizan los respectivos cálculos como vemos a continuación:

Cuadro Nro. 34 Promedio uso anual del servicio de lavado de prendas de vestir

| VARIABLES | PUNTO MEDIO | FRECUENCIA | PERIODO | USO DEL SERVICIO ANUAL |
|------------------|--------------------|-------------------|----------------|-------------------------------|
| 1 a 2 | 1,5 | 32 | 12 | 1576 |
| 3 a 4 | 3,5 | 75 | 12 | 3150 |
| 5 a 6 | 5,5 | 53 | 12 | 3498 |
| TOTAL | | 160 | | 7224 |

Fuente: Encuesta, Pregunta No. 6

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

FORMULA

UPA= Uso Anual / No. De encuestas

UPA= 7224 / 160

UPA = 45,15

DEMANDA EFECTIVA

Para la determinación de esta demanda se ha tomado la población segmentada en familias, puesto que todos necesitan lavar las prendas de vestir; se realiza el mismo procedimiento de la demanda real, pero esta vez tomando en cuenta el porcentaje de la Pregunta No.10, Cuadro Nro. 10, que es el 89%; obteniendo de esta manera la demanda efectiva de la empresa Lavadora de prendas de vestir, cuyo resultado se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro Nro. 35 Demanda Efectiva

| AÑOS | DEMANDA REAL | CONSUMO PROMEDIO | DEMANDA EFECTIVA SERVICIO DE LAVADO | DEMANDA EFECTIVA DE SERVICIO DE LAVADO 87% |
|-------------|---------------------|-------------------------|--|---|
| 0 | 3441 | 45,15 | 155362 | 138272 |
| 1 | 3481 | 45,15 | 157179 | 139890 |
| 2 | 3522 | 45,15 | 159018 | 141526 |
| 3 | 3563 | 45,15 | 160879 | 143182 |
| 4 | 3605 | 45,15 | 162761 | 144857 |
| 5 | 3647 | 45,15 | 164665 | 146552 |
| 6 | 3690 | 45,15 | 166592 | 148267 |
| 7 | 3733 | 45,15 | 168541 | 150002 |
| 8 | 3777 | 45,15 | 170513 | 151757 |
| 9 | 3821 | 45,15 | 172508 | 153532 |
| 10 | 3865 | 45,15 | 174526 | 155328 |

Fuente: Encuesta, Pregunta No. 8 / Cuadros No.32 y 33

Elaborado: María Stefania Astudillo Rivas

RESUMEN DE PROYECCIÓN DE DEMANDAS

Se tomará en cuenta los datos obtenidos del INEC; los mismos que nos dan el resultado de 4165 familias, a quienes se aplicaron las encuestas; a esto se le hace el incremento del 1,75% de crecimiento poblacional para los 10 años de vida del proyecto.

Para proyectar la demanda potencial, se toma en cuenta el 72% como se indicó en el Cuadro Nro. 32 Para la determinación de la demanda real se toma en cuenta al incremento del 63%. Y finalmente para la demanda efectiva se considera lo indicado en el Cuadro Nro.35; que es un incremento

del 89% y se multiplica esta demanda efectiva por el resultado de uso del servicio anual, como se encuentra detallado en el Cuadro Nro.34, con su respectiva fórmula. A continuación demostramos lo indicado.

Cuadro Nro. 36 Cuadro Resumen de Proyección de las Demandas

| CUADRO RESUMEN DE LA PROYECCION DE LAS DEMANDAS | | | | | | |
|--|--------------------------------------|--------------------------|---------------------|---------------------|---|---|
| AÑOS | POBLACIÓN POR FAMILIAS ZAMORA | DEMANDA POTENCIAL | DEMANDA REAL | USO PROMEDIO | DEMANDA REAL DEL SERVICIO DE LAVADO DE PRENDAS DE VESTIR | DEMANDA EFECTIVA DEL SERVICIO DE LAVADO DE PRENDAS DE VESTIR |
| | | 72% | 63% | | | 89% |
| 0 | 7586 | 5462 | 3441 | 45,15 | 155362 | 138272 |
| 1 | 7673 | 5525 | 3481 | 45,15 | 157148 | 139862 |
| 2 | 7761 | 5588 | 3521 | 45,15 | 158955 | 141470 |
| 3 | 7851 | 5653 | 3561 | 45,15 | 160783 | 143097 |
| 4 | 7941 | 5718 | 3602 | 45,15 | 162632 | 144743 |
| 5 | 8032 | 5783 | 3643 | 45,15 | 164503 | 146407 |
| 6 | 8125 | 5850 | 3685 | 45,15 | 166394 | 148091 |
| 7 | 8218 | 5917 | 3728 | 45,15 | 168308 | 149794 |
| 8 | 8313 | 5985 | 3771 | 45,15 | 170244 | 151517 |
| 9 | 8408 | 6054 | 3814 | 45,15 | 172201 | 153259 |
| 10 | 8505 | 6124 | 3858 | 45,15 | 174182 | 155022 |
| TOTAL | | 63.658 | | | 181071 | 161154 |

Fuente: Cuadros No. 32, 33, 34 y 35,

Elaborado: María Stefania Astudillo Rivas

Análisis de la Oferta

Para realizar el análisis de la oferta, se procedió a hacer el respectivo análisis de las entrevistas aplicadas a las tres empresas que brindan un servicio similar o sustituto al lavado de prendas de vestir en la Ciudad de Zamora, las mismas que son: “**Burbujas**”, “**Coco Laundry**” y “**Lavadora de Ropa**”; estos datos fueron obtenidos en la Cámara de Comercio de Zamora, haciendo mención nuevamente a la tasa de crecimiento poblacional de Zamora que es del 1,75%. Para determinar la proyección de la oferta, se ha tomado en cuenta el total de los lavados de prendas de vestir de las tres empresas mencionadas anteriormente; las mismas que son 1158 veces con el incremento de crecimiento poblacional antes mencionada. Posterior a esto se han efectuado los respectivos cálculos como se demuestra a continuación en los siguientes Cuadros No.35 y No.36

Cuadro Nro. 37 Análisis de la oferta de lavado de prendas de vestir

| VARIABLES | PUNTO MEDIO | FRECUENCIA | PERIODO | VENTAS |
|-----------|-------------|------------|---------|--------|
| 250 a 300 | 275 | 1 | 12 | 295 |
| 301 a 400 | 350,5 | 2 | 12 | 395 |
| 401 a 500 | 450,5 | | | 468 |
| TOTAL | | 3 | | 1158 |

Fuente: Entrevista, Pregunta No.8

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Cuadro Nro. 38 Proyección de la oferta de lavado de prendas de vestir

| AÑOS | 1,75% |
|-------------|--------------|
| 0 | 1158 |
| 1 | 1171 |
| 2 | 1198 |
| 3 | 1240 |
| 4 | 1298 |
| 5 | 1375 |
| 6 | 1472 |
| 7 | 1595 |
| 8 | 1748 |
| 9 | 1937 |
| 10 | 2172 |

Fuente: Cuadro Nro. 37

Elaborado: María Stefania Astudillo Rivas

DEMANDA INSATISFECHA

Para determinar la demanda insatisfecha se realiza la diferencia entre la demanda y la oferta, con el resultado de ésta demanda se determinará la participación en el mercado de la Lavadora de prendas de vestir.

Cuadro Nro. 39 Demanda Insatisfecha de lavado de prendas de vestir

| AÑOS | DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA | OFERTA PROYECTADA | DEMANDA INSATISFECHA |
|-------------|------------------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| 0 | 138272 | 1158 | 137114 |
| 1 | 139862 | 1171 | 138691 |
| 2 | 141470 | 1198 | 140272 |
| 3 | 143097 | 1240 | 141857 |
| 4 | 144743 | 1298 | 143445 |
| 5 | 146407 | 1375 | 145033 |
| 6 | 148091 | 1472 | 146619 |
| 7 | 149794 | 1595 | 148199 |
| 8 | 151517 | 1748 | 149769 |
| 9 | 153259 | 1937 | 151322 |
| 10 | 155022 | 2172 | 152850 |

Fuente: Cuadros No.36, 37

Elaborado: María Stefania Astudillo Rivas

c) Plan de Comercialización

En el plan de comercialización nos enfocaremos en cómo llegar al usuario con el servicio, en base a los gustos y preferencias que pudimos determinar en la aplicación de las encuestas. Se hablará de la forma en que se ofrecerá el servicio.

El Servicio

De acuerdo a los requerimientos de la demanda, el servicio que se ofrecerá será nuevo para la localidad, ya que no hay ninguna empresa que se dedique al lavado en seco de prendas de vestir; además de cuidar la economía del cliente, ofrecer un excelente servicio.

La característica más importante del servicio es que será eficaz; además de dar los mejores resultados es decir un resultado lleno de calidad y siempre siendo responsables con las prendas del cliente, se trabajará con los mejores productos y la mejor maquinaria y equipo para obtener el mejor resultado en la limpieza en seco de ciertas prendas de vestir. El horario de atención será de lunes a viernes de 9h00 a 12h00 y de 13h00 a 18h00.

El negocio estará localizado en el centro de la Ciudad, con la finalidad de que sea accesible a todos.

Gráfica Nro. 34 Logotipo



Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

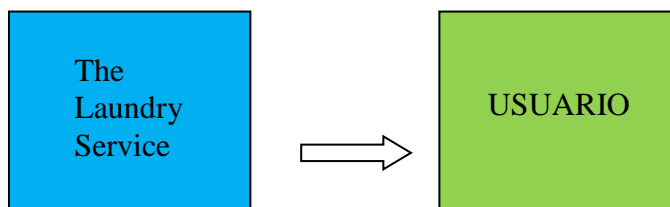
Plaza

Es el lugar donde se ofrecerá el servicio, siguiendo el proceso correspondiente para que llegue al usuario.

Adora de estará ubicada en la ciudad de Zamora, en las calles Francisco de Orellana entre Sevilla de Oro y Diego de Vaca, debido a que es un lugar céntrico y accesible para todos, por el mismo hecho de que la Ciudad de Zamora , es pequeña.

El canal de distribución será el siguiente:

Gráfica Nro. 35 Canal de Distribución



Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

Precio

El precio establecido para el servicio a ofrecer se lo determinará posteriormente en el estudio financiero y evaluación económica del presente proyecto, y considerando los datos obtenidos de encuestas y entrevistas.

La forma de pago será al contado. El precio del lavado será accesible a toda la población de la ciudad de Zamora y el servicio se realizará con la mejor maquinaria y equipo lo cual favorece al cuidado de las prendas con el fin de que se mantengan como nuevas.

Promoción

La promoción es parte fundamental de la comercialización del servicio; gracias a esta podemos informar del servicio y recordarles la imagen de la lavadora y del nuevo servicio a ofrecerse.

De acuerdo a las encuestas aplicadas, los habitantes de la Ciudad de Zamora, prefieren la publicidad por medio de la prensa escrita; en LA OPINIÓN ZAMORA.

También se hará publicidad por la radio, por medio de la Televisión, por MULTICANAL, que es el preferido por la ciudadanía, en este caso la mañana. Para esta publicidad televisiva se realizará un SPOT en el que se muestren las instalaciones de la lavadora, los servicios que ofrecerá, la dirección exacta. La misma que será muy llamativa para la ciudadanía y será transmitida en el horario de la mañana.

La Publicidad para la prensa escrita será la siguiente:

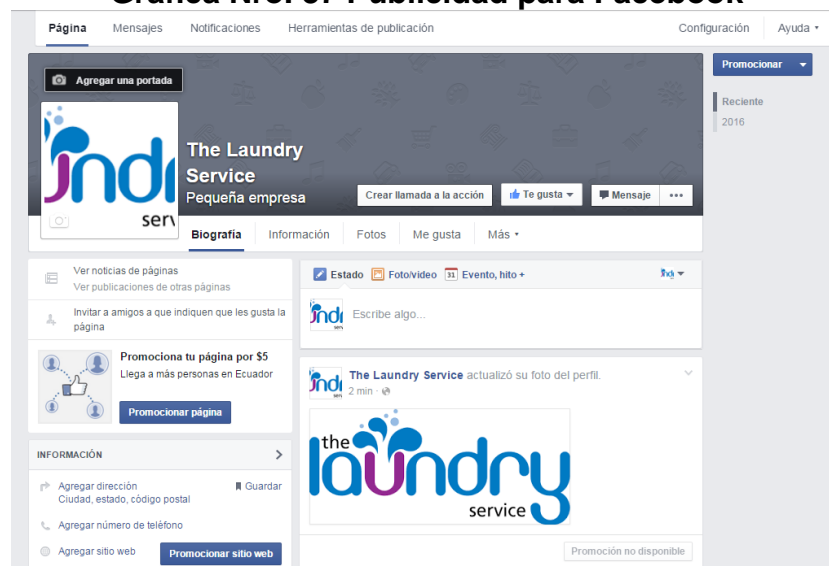
Gráfica Nro. 36 Publicidad para Prensa Escrita



Elaborado por: María Stefanía Astudillo Rivas

Se ha creado la siguiente página de FACEBOOK (que fue la red social con mayor porcentaje en la encuesta aplicada, Pregunta No. 16, ya que hay personas que prefieren ser informadas a cerca de la lavadora de prendas de vestir por medio de ésta red social:

Gráfica Nro. 37 Publicidad para Facebook



Elaborado por: María Stefanía Astudillo Rivas

Para determinar estas variables se ha tomado en cuenta los gustos y preferencias según la encuesta aplicada en las Preguntas No. 15, 16, 17, 18.

ESTUDIO TÉCNICO

En el Estudio Técnico se detalla cual será la producción del servicio, la capacidad instalada, capacidad utilizada; las mismas que se las determinó tomando en cuenta a la demanda, la macrolocalización y microlocalización; en donde se determina con exactitud el lugar más apto para la ubicación de la empresa. Así como la descripción de la maquinaria y equipo, instalaciones, el equipo operacional y demás requerimientos de la lavadora; se explicaron detalladamente los pasos del proceso de lavado, así mismo los tiempos establecidos para cada uno, los requerimientos para el funcionamiento de la Lavadora en seco de prendas de vestir “The Laundry Service” y finalmente hablamos del impacto ambiental, con el fin de poder brindar el mejor servicio a los futuros usuarios, tomando en cuenta que estos son aspectos fundamentales como lo son el funcionamiento y la operación del servicio

a) Estudio Técnico

Este estudio permitió determinar las capacidades de la empresa, así como la ubicación de “The Laundry Service” y otros recursos de suma importancia para ofrecer el mejor servicio de lavado en seco de prendas de vestir en la ciudad de Zamora.

TAMAÑO DE LA EMPRESA

Para la determinación del tamaño de la empresa se tomó en cuenta la demanda insatisfecha, el nivel de inversiones y las estimaciones de

rentabilidad que pueda generar la implementación de la empresa dedicada al lavado en seco de prendas de vestir.

El tamaño de la lavadora hace referencia a la capacidad que tienen los equipos para realizar el lavado de las prendas de vestir; teniendo en cuenta aspectos importantes como lo son: La capacidad a instalar y la capacidad a utilizar.

El espacio físico con el que contará la lavadora será de 500m².

CAPACIDAD INSTALADA DE LA LAVADORA “THE LAUNDRY SERVICE”

Es la capacidad máxima que tiene la lavadora para brindar el servicio en un tiempo determinado, cuya utilización permitirá el máximo rendimiento del proyecto.

En donde cada prenda de vestir recibirá el servicio personalizado por parte de los empleados previamente capacitados.

Teniendo en cuenta la capacidad de la máquina de lavado en seco Bowe P300, la misma que tiene una capacidad de lavado de 7 kilos de prendas por hora; que por 8 horas nos da un promedio de 56 lavadas de prendas de vestir al día, y teniendo presente los 260 días laborables de lunes a viernes, se obtiene un total de 14.560 kilos de lavadas de prendas de vestir al año, con lo que se puede dar cuenta la factibilidad de la implementación del servicio; el mismo que puede llegar a superar los esquemas de las lavadoras ya existentes.

Cuadro Nro. 40 Capacidad Instalada

| No | Recurso Maquinaria | Capacidad de lavado | Nro. lavadas al año (288 días) |
|----------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------------------|
| 1 | Máquina de lavado en seco | 7 kilos / hora | 14.560 |
| TOTALES | | | 14.560 |

Fuente: Entrevista, Pregunta No. 10
 Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

| Año | Demanda Insatisfecha | % | Capacidad Instalada |
|------------|-----------------------------|----------|----------------------------|
| 2016 | 137.114 | 10,62% | 14.560 |

Se está cubriendo el 10,62% de la demanda insatisfecha para el año 2016

CAPACIDAD UTILIZADA DE LA LAVADORA “THE LAUNDRY SERVICE”

El servicio que prestará la lavadora se realizará con equipos de alta calidad e innovadores por lo que se considera utilizar para el primer año de servicio el 10,62% de la capacidad instalada, dando un total anual de 14.560 kilos de prendas de vestir lavadas.

Para el cálculo de la Capacidad utilizada se obtuvieron los datos del Cuadro Nro. 40 de la Capacidad Instalada en lo que se refiere a lavadas anuales tomando en cuenta un incremento anual desde el 78%, hasta llegar al 99% en el último año.

Cuadro Nro. 41 Capacidad Utilizada

| AÑO | CAPACIDAD INSTALADA | % CAPACIDAD INSTALADA | CAPACIDAD UTILIZADA |
|------------|----------------------------|------------------------------|----------------------------|
| 1 | 14.560 | 78% | 11.357 |
| 2 | 14.560 | 80% | 11.648 |
| 3 | 14.560 | 84% | 12.230 |
| 4 | 14.560 | 88% | 12.813 |
| 5 | 14.560 | 90% | 13.104 |
| 6 | 14.560 | 94% | 13.686 |
| 7 | 14.560 | 95% | 13.832 |
| 8 | 14.560 | 97% | 14.123 |
| 9 | 14.560 | 98% | 14.269 |
| 10 | 14.560 | 99% | 14.414 |

Fuente: Cuadro Nro. 36

Elaborado: María Stefanía Astudillo Rivas

LOCALIZACION DE LA EMPRESA

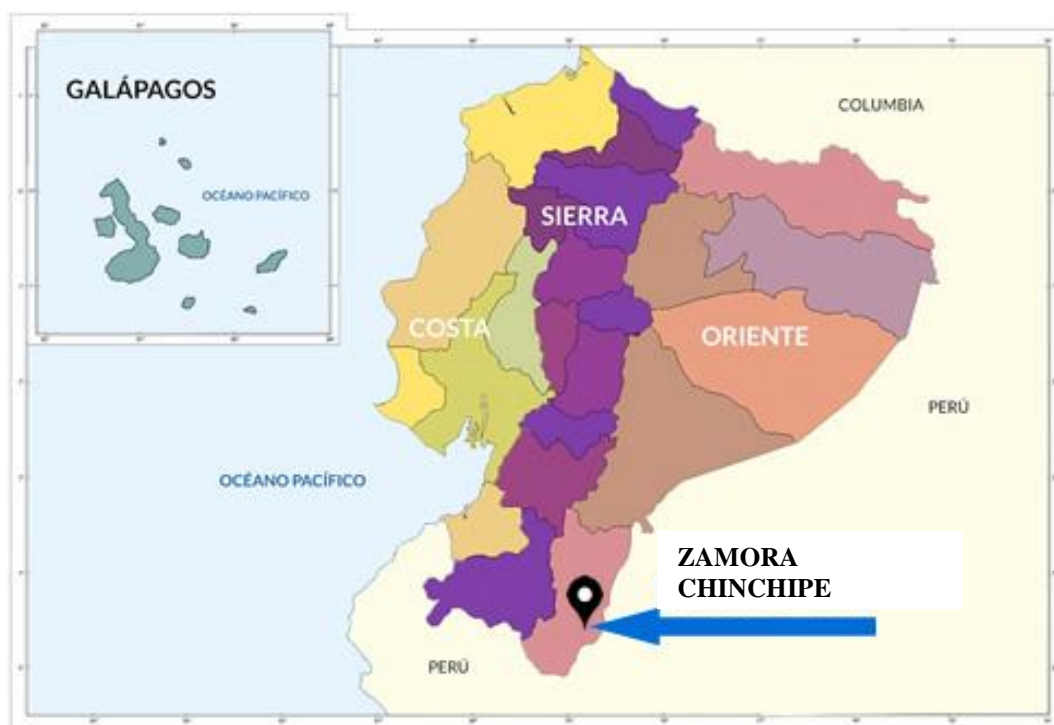
Se refiere a la ubicación de empresa, es muy importante ya que el sitio en donde se vaya a dar pie con el negocio es crucial para atraer a los clientes, lo cual genera mayor rentabilidad.

Macrolocalización

Se trata de la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional.

La empresa "The Service Laundry" se ubicará al sur del Ecuador, Región 7, en el sector oriental de la Provincia de Zamora Chinchipe.

Gráfica Nro. 38 Plano Zamora Chinchipe, Región 7 del Ecuador



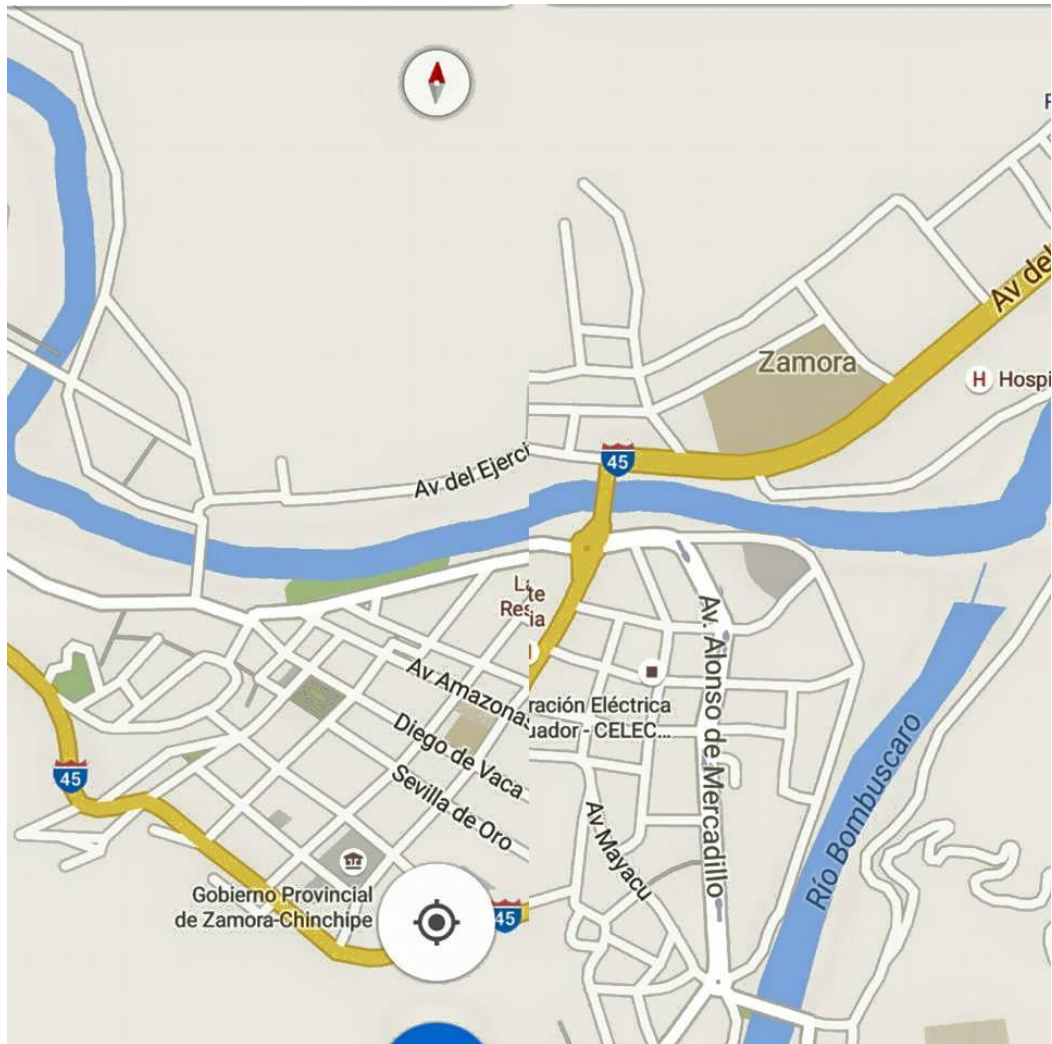
Elaborado: María Stefania Astudillo Rivas

Microlocalización

Es la ubicación de la Lavadora en seco de prendas de vestir dentro de la Región 7, en la Provincia de Zamora Chinchipe.

Para la instalación de la nueva lavadora se tomó en cuenta la opinión de los usuarios encuestados, mediante esta información se buscó el lugar ideal para establecerla, tomando en consideración el espacio físico y otros factores como servicios básicos, lugar de fácil acceso para los usuarios, entre otros.

Gráfica Nro. 39 Plano de la Ciudad de Zamora



Elaborado: María Stefania Astudillo Rivas

Los factores que intervienen en la localización del proyecto son los siguientes:

- Mano de obra calificada que sea del sector o de la provincia de Zamora, con el fin de evitar inconvenientes al momento de desempeñar funciones.
- Vías de comunicación adecuadas para tener contacto con el exterior de la lavadora de prendas de vestir.

- Disponibilidad de materia prima para efectuar las funciones de lavado, fácil acceso a los recursos.
- La distancia en tiempo de traslado a la empresa debe ser corto y sin congestión.
- Se cuenta con todos los servicios básicos (agua, teléfono, luz).
- Existe el espacio físico adecuado para realizar las instalaciones y adecuaciones de este tipo de empresa

PONDERACION POR PUNTOS DE SECTORES APTOS PARA LA MICROLOCALIZACIÓN DE LA LAVADORA EN SECO DE PRENDAS DE VESTIR

Se han escogido tres sectores en la ciudad de Zamora, con el fin de analizar el lugar más apto para la ubicación de la lavadora en seco de prendas de vestir "The Laundry Service". Al procedimiento se lo ha determinado por el método de ponderación por puntos en el que se ha calificado del 1 al 5; siendo 1 la mínima y 5 la máxima. A continuación podemos observar el procedimiento:

Cuadro Nro. 42 Ponderación por puntos de la Microlocalización

| FACTORES | SECTOR A | | | | | SECTOR B | | | | | SECTOR C | | | | |
|-------------------------------------|--|---|---|---|---|--------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Calles Francisco de Orellana entre Sevilla de Oro y Diego de Vaca. | | | | | Av. Amazonas y Ciudadela del Maestro | | | | | Av. José Luis Tamayo entre Jorge Mosquera y García Moreno | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Mano de Obra calificada | | | | | X | | | | | X | | | | X | |
| Vías de Comunicación Adecuadas | | | | | X | | | | X | | | | | | X |
| Disponibilidad de Materia Prima | | | | | X | | | X | | | | | | | X |
| Fácil acceso a la lavadora | | | | | X | | | | | X | | | | X | |
| Disponibilidad de Servicios Básicos | | | | | X | | | | X | | | | | | X |
| Espacio Físico Adecuado | | | | | X | | | | | X | | | | X | |
| TOTAL | 30 | | | | | 26 | | | | | 27 | | | | |

Elaborado por: María Stefanía Astudillo Rivas

Análisis de Ubicación resultado de la matriz de ponderación por puntos.

Para poder realizar la respectiva matriz para determinar el lugar específico para la ubicación de la Lavadora en seco de prendas de vestir “The Laundry Service”; se tomaron en cuenta 3 lugares de la ciudad que califican, los mismos que son los siguientes:

- SECTOR A:** Calles Francisco de Orellana entre Sevilla de Oro y Diego de Vaca.
- SECTOR B:** Av. Amazonas y Ciudadela del Maestro
- SECTOR C:** Av. José Luis Tamayo entre Jorge Mosquera y García Moreno

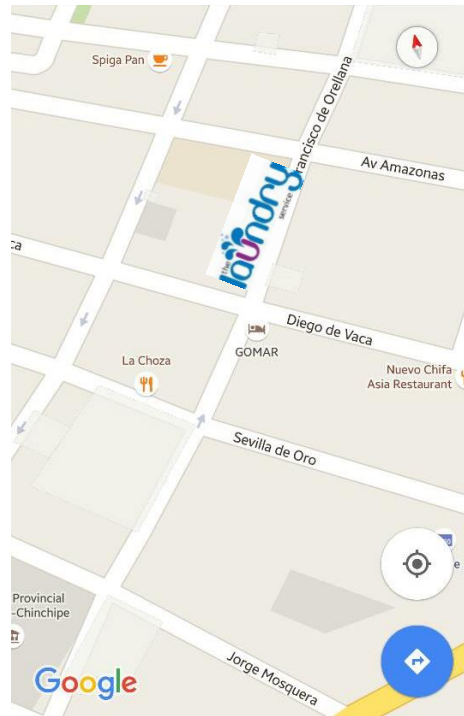
Con los cuales se ha hecho un análisis tomando en cuenta los factores de Microlocalización mencionados y explicados anteriormente. De los cual se obtuvieron los siguientes resultados:

| SECTORES | PUNTUACIÓN |
|----------|------------|
| A | 30 |
| B | 26 |
| C | 27 |

Siendo el SECTOR A, el más beneficiado debido a la total disponibilidad de materia prima, mano de obra calificada, vías de comunicación extraordinarias, de los tres sectores analizados es la que mejor espacio físico tiene, y cuenta con todos los servicios básicos. Y como último y una de las más importantes su fácil acceso es incomparable; lo que hará que el usuario del servicio se sienta cómodo.

Es por esto que La lavadora “The Laundry Service” se ubicará en la calle Francisco de Orellana entre Sevilla de Oro y Diego de Vaca.

Gráfica Nro. 40 Ubicación de la Lavadora



Elaborado por: María Stefanía Astudillo Rivas

PROCESO DEL SERVICIO DE LAVADO

El proceso indica detalladamente y paso por paso como se va a realizar el servicio.

1. Revisar la etiqueta del fabricante para conocer las instrucciones de lavado y el contenido de fibras. (6 MINUTOS)
2. Clasificar la prenda de acuerdo a su tipo de tela, color y grado de suciedad. (5 MINUTOS)
3. Quitar manchas utilizando equipo y técnicas de desmanchado especiales. (6 MINUTOS)
4. Lavar la prenda en la máquina correspondiente, de acuerdo a las instrucciones del fabricante. (1 HORA)

5. Darle el terminado a la prenda con equipo profesional de planchado o lavado en seco. (15 MINUTOS)
6. Embolsar la prenda en envolturas protectoras plásticas. (2MINUTOS)

FLUJOGRAMA DE PROCESOS.

En el flujograma de procesos se explicarán minuciosamente los pasos del servicio completo de lavado en seco de las prendas al igual que el tiempo en cada uno.

Gráfica Nro. 41 Flujograma de procesos



Elaborado por: María Stefania Astudillo Rivas

Total del proceso:

Todo el proceso sumará un tiempo de 1 HORA Y 30 MIN por kilo de prendas de vestir.

b) Ingeniería del Proyecto

En este paso se planifica y organiza factores como la distribución de la planta, flujograma de procesos y el proceso productivo.

Los principales equipos y maquinaria a utilizar son los siguientes:

- Plancha a vapor de prendas de vestir
- Maquina BOWE

Descripción de la Maquinaria y Equipo

PLANCHA DE LAVADO EN SECO WIRPOOL

Gráfica Nro. 42 PLANCHA WIRPOOL



| | |
|-------------------------------|-------------------------------------|
| DESCRIPCIÓN: | Plancha Ropa tipo prensa industrial |
| Marca | Plancha Ropa tipo prensa industrial |
| Vapor Manual y/o de Generador | (Según versión) |
| Superficie de planchado | 29x80 |
| Regulador de Temperatura | de 50 a 170°C |
| Consumo | 1500W/H |

MAQUINA DE LAVADO EN SECO BOWE

Gráfica Nro.43 Maquina para lavado en seco BOWE



| | |
|-------------------------------|---------------------------|
| DESCRIPCIÓN: | Máquina de lavado en seco |
| Marca | BOWE |
| Vapor Manual y/o de Generador | Eléctrica, generador |
| Serie | P300 |
| Regulador de Temperatura | de 50 a 170°C |
| Consumo | 100W/H |
| Tipo de Maquinaria | Industrial |
| Capacidad | 7 kilos por hora. |

REQUERIMIENTOS DE LA LAVADORA

Cuadro Nro. 43 Maquinaria y Equipo

| MAQUINARIA Y EQUIPO | |
|---------------------|-------------------|
| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN |
| 2 | Plancha de secado |
| 1 | Máquina de Lavado |
| 1 | Caja registradora |

Elaborado por: María Stefanía Astudillo Rivas

Cuadro Nro. 44 Muebles y Enseres

| MUEBLES Y ENSERES | |
|-------------------|------------------------------|
| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN |
| 10 | Sillas |
| 2 | Archivador Grande |
| 4 | Canastas de plástico grandes |
| 3 | Escritorio |
| 3 | Sillas giratorias |
| 3 | Perchero de pared |
| 3 | Perchero de pie |

Elaborado por: María Stefanía Astudillo Rivas

Cuadro Nro. 45 Equipo de Oficina

| EQUIPO DE OFICINA | |
|-------------------|-------------------|
| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN |
| 1 | Teléfono |
| 1 | Caja registradora |

Elaborado por: María Stefanía Astudillo Rivas

Cuadro Nro. 46 Equipo de Computación

| EQUIPO DE COMPUTACIÓN | |
|------------------------------|--------------------|
| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN |
| 2 | Computadores |
| 1 | Impresora |

Elaborado por: María Stefania Astudillo Rivas

Cuadro Nro. 47 Personal Administrativo

| PERSONAL ADMINISTRATIVO | |
|--------------------------------|------------------------|
| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN |
| 1 | Gerente |
| 1 | Secretaria – Contadora |
| 1 | Asesor Jurídica |

Elaborado por: María Stefania Astudillo Rivas

Cuadro Nro. 48 Personal Operativo

| PERSONAL OPERATIVO | |
|---------------------------|--------------------------|
| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN |
| 2 | Lavadores |
| 3 | Organizadores de prendas |
| 1 | Recepcionista |

Elaborado por: María Stefania Astudillo Rivas

Cuadro Nro. 49 Insumos para el Lavado

| INSUMOS |
|-------------------------------------|
| Detergente para prendas color negro |
| Detergente para prendas color |
| Suavizante |

Elaborado por: María Stefania Astudillo Rivas

Cuadro Nro. 50 Útiles de Aseo

| UTILES DE ASEO |
|-----------------------|
| Escoba |
| Desinfectante |
| Pañitos de tela |
| Basurero |
| Trapeador |

Elaborado por: María Stefanía Astudillo Rivas

Cuadro Nro. 51 Herramientas

| HERRAMIENTAS |
|---------------------|
| Kit de herramientas |

Elaborado por: María Stefanía Astudillo Rivas

Cuadro Nro. 52 Suministro de Oficina

| SUMINISTRO DE OFICINA |
|------------------------------|
| Resma de papel |
| Esferos |
| Tinta |
| Facturero |
| Recibos |
| Talonario de pedido |
| Carpeta Folder |

Elaborado por: María Stefanía Astudillo Rivas

Cuadro Nro. 53 Servicios Básicos

| SERVICIOS BASICOS |
|--------------------------|
| Energía Eléctrica |
| Agua Potable |
| Teléfono |

Elaborado por: María Stefanía Astudillo Rivas

DISTRIBUCIÓN DE LA LAVADORA “THE LAUNDRY SERVICE”

La lavadora estará ubicada en el sector de la avenida del ejército, a pocos metros de Aeropuerto, en un terreno de 500 m² el cual se distribuirá de la siguiente manera:

Cuadro Nro. 54 Distribución de la Planta

| | |
|-------------------------|-------------------------|
| Área administrativa | 100 m ² |
| Gerencia | 30 m ² |
| Secretaría – Contaduría | 35 m ² |
| Sala de espera | 25 m ² |
| Baño | 10 m ² |
| Área de lavado 1 | 110 m ² |
| Área de ropa ya lista | 200 m ² |
| Estacionamiento | 90 m ² |
| TOTAL | 500m² |

Elaborado por: María Stefania Astudillo Rivas

Gráfica Nro. 44 Distribución de la Planta



Elaborado por: María Stefania Astudillo Rivas

c) Impacto Ambiental

El impacto ambiental es el efecto que produce la actividad humana sobre el medio ambiente. El concepto puede extenderse a los efectos de un fenómeno natural catastrófico. Técnicamente, es la alteración de la línea de base ambiental.

La preocupación por los impactos ambientales abarca varios tipos de acciones, como la contaminación de los mares, lagos o ríos con petróleo, los desechos de la energía radioactiva, la contaminación acústica, la emisión de gases nocivos, o la pérdida de superficie de hábitats naturales, entre otros.

El gobierno está permitiendo la inversión de incluso países extranjeros; por lo que se está convirtiendo en una ciudad con muchos turistas; en especial por la diversidad del área verde, con lo cual el emprendimiento de empresas es muy importante. En lo que se refiere a servicio de lavado de prendas de vestir nos damos cuenta que no existe ni se da la conservación del medio ambiente, por lo que surge la necesidad de la creación de una empresa Lavadora en seco de prendas de vestir. Con este proyecto se puede ayudar de una manera adecuada a la conservación del medio ambiente, por lo que este sistema de lavado en seco no afecta en nada.

Es importante mencionar que los representantes de medio ambiente a nivel país, se han planteado la idea de establecer el proyecto “Eólico Zamora”; lo cual generará mucha energía y esto es conveniente para la clase de servicio que se desea implementar.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA EMPRESA

En el siguiente se hace referencia a todo lo que tiene que ver con la forma exacta en la que la empresa se va a gestionar; los permisos que requiere y los trámites de constitución necesarios, la razón social, domicilio, objeto social, tiempo de duración y el capital social; es decir toda la estructura organizativa de la lavadora que estará ubicada en la ciudad de Zamora, provincia de Zamora Chinchipe; dedicada al lavado en seco de prendas de vestir “The Laundry Service”.

De igual forma se realizarán los organigramas en los que se explicarán los niveles administrativos según el orden jerárquico, funciones, sueldos y salarios de quienes conformarán “The Laundry Service”.

Finalmente la realización de un manual de funciones para cada uno de los integrantes de la empresa.

Organización Legal

Dentro de la organización legal, tenemos como punto más importante al cumplimiento de los requisitos legales establecidos por la Superintendencia de Empresas; la misma que es respaldada por la normativa del Ecuador, y que son necesarios para poner en funcionamiento a “The Laundry Service”, con el objeto de evitar problemas posteriores por incumplimiento de algún estatuto.

“The Service Laundry” se constituirá cumpliendo con los permisos de funcionamiento emitido por las Instituciones correspondientes (municipio,

bomberos y ministerio del ambiente) y se establecerá como Empresa de Responsabilidad Limitada según los artículos vigentes en la Ley de Empresas, cuyo capital estará dividido por las aportaciones de los socios.

La lavadora para su libre operación debe cumplir con los siguientes requisitos exigidos, los cuales son:

RAZÓN SOCIAL.

El nombre de funcionamiento y bajo el cual la lavadora en seco de prendas de vestir operará será:

“The Laundry Service Cía. Ltda.”

DOMICILIO.

La empresa estará ubicada en la calle Francisco de Orellana entre Sevilla de Oro y Diego de Vaca; al sur del Ecuador, en la Región 7, en la parte oriental de la Provincia de Zamora Chinchipe. Tendrá un único domicilio que estará dentro del territorio nacional.

MINUTA CONSTITUCIONAL DE LA EMPRESA

“THE LAUNDRY SERVICE”

Señor Notario:

En el registro de escrituras públicas a su cargo insertar una que contenga la constitución de la Empresa de Responsabilidad Limitada dedicada al servicio

de lavado en seco de prendas de vestir, "THE LAUNDRY SERVICE" Cía. Ltda., de acuerdo con las siguientes estipulaciones.

PRIMERA: Otorgantes, concurren al otorgamiento de la escritura de constitución de la Empresa de Responsabilidad Limitada La Srta. María Stefanía Astudillo Rivas portador de la cédula de ciudadanía 1109085678; de nacionalidad ecuatoriana, mayor de edad, con domicilio en la ciudad de Zamora, provincia de Zamora Chinchipe, sin prohibición para establecer esta empresa, y quienes comparecen por sus propios derechos.

SEGUNDA: Las comparecientes convienen en constituir la empresa, "THE LAUNDRY SERVICE", que se regirá por las leyes del Ecuador y el siguiente estatuto.

TERCERA: ESTATUTO DE LA EMPRESA "THE LAUNDRY SERVICE" CÍA LTDA

CAPÍTULO PRIMERO.- RAZÓN SOCIAL, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL Y PLAZO DE DURACIÓN.

ARTICULO UNO.- La empresa llevará la razón social de "THE LAUNDRY SERVICE" COMPAÑIA LIMITADA".

ARTÍCULO DOS.- El domicilio principal de la empresa es en la ciudad de Zamora; y, por resolución de la Junta General de Socios, podrá establecer sucursales, agencias, oficinas y representaciones en cualquier lugar del país o del exterior, conforme a la Ley.

ARTÍCULO TRES.- La empresa tiene como objeto social principal dar el servicio a la ciudadanía de lavado en seco de prendas de vestir.

ARTICULO CUATRO.- El plazo de duración de la empresa es de cuarenta años contados a partir de la fecha de inscripción del contacto constitutivo en el registro mercantil; pero, la Junta General de Socios, podrá disolver en cualquier tiempo o prorrogar un plazo de duración en la forma prevista en este estatuto y en la ley de Empresas.

CAPITULO SEGUNDO.- DEL CAPITAL SOCIAL

ARTÍCULO CINCO.- El capital social de la empresa es de la empresa es de veinte mil dólares americanos. El capital está íntegramente suscrito y pagado en forma y proporción que es específica en las declaraciones.

ARTÍCULO SEIS.- La empresa puede aumentar su capital social por resolución de la junta general de socios. Los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento de capital en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la junta general de socios.

ARTÍCULO SIETE.- El aumento de capital podrá hacerse en numerario, en especie, por compensación de crédito por capitalización de utilidades, por capitalización de las reservas provenientes de la revalorización del patrimonio o por los demás medios provistos en la ley.

ARTÍCULO OCHO.- La empresa puede reducir el capital social por resolución de la junta general de socios, en la forma que ésta lo determine y de acuerdo a la ley.

ARTÍCULO NUEVE.- Las aportaciones a esta empresa podrán transferirse por acto entre vivos, requerimiento para ello el consentimiento unánime de los socios, que la sesión o venta celebre por escritura pública, que se margine en la matriz de la escritura constitutiva y se inscriba en el Registro Mercantil y se observe las pertinentes disposiciones legales.

Las socias tienen derecho preferente para adquirir las aportaciones de los otros socios a con de los suyos, salvo resolución en contrario de la junta general de socios.

ARTÍCULO DIEZ.- Las resoluciones de aumento y reducción de capital se tomarán con el sentimiento unánime de los socios y las modificaciones correspondientes a la escritura pública constitutiva se harán sujetándose a las solemnidades previstas por la ley para una fundación de la empresa en nombre de la sociedad anónima.

CAPÍTULO TERCERO.- DE LOS SOCIOS: OBLIGACIONES Y DERECHOS

ARTÍCULO ONCE.- Son obligaciones de los socios: a) tomar a su cargo funciones que le fueren encomendadas por la junta general de socios, por el gerente general y por el presidente administrativo, según sus atribuciones; b) cumplir con las encomiendas y deberes que asignaren la junta general de socios, el presidente administrativo y el gerente general; c) cumplir con las obligaciones de los socios previstas en la ley de empresas; d) las demás que señale el estatuto.

ARTÍCULO DOCE.- Los socios de la empresa tienen los siguientes derechos y atribuciones: a) intervenir con voz y voto en las sesiones de la Junta General de Socios y en las deliberaciones de la empresa, personal o mediante mando a un socio o extraño con poder notarial o carta poder.

ARTICULO TRECE.- La responsabilidad de los socios o las obligaciones sociales es la que determina la ley. No se recomendará a favor de ninguno de los socios beneficios económicos ni intereses a sus aportes.

CAPITULO CUARTO.- DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

ARTÍCULO CATORCE.- El gobierno y administración de la empresa se ejerce por medio de la Junta General de Socios, el Presidente Administrativo y el Gerente General.

SECCIÓN UNO.- DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

ARTÍCULO QUINCE.- La Junta General de Accionistas es el órgano supremo de la empresa integrado por los accionistas convocados y reunidos en número suficiente para formar un quórum.

ARTÍCULO DIECISÉIS.- Las sesiones ordinarias y extraordinarias serán en el domicilio principal para su validez.

ARTÍCULO DIECISIETE.- Las Juntas Ordinarias se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los meses posteriores del ejercicio económico de la empresa; y, las Extraordinarias en cualquier tiempo que fuera convocadas.

ARTÍCULO DIECIOCHO.- Las Juntas Generales Ordinarias y Extraordinarias serán convocadas por el Presidente de la Empresa por escrito y personalmente a cada uno de los socios con ocho días de anticipación. La convocatoria indicará el lugar, fecha, hora, el orden del día y el objeto de la sesión.

ARTÍCULO DICINUEVE.- El quórum para las sesiones en la primera convocatoria será más de la mitad del número de socios, en la segunda sesionará con el número de socios presentes.

ARTÍCULO VEINTE.- Las resoluciones se tomarán con la mayoría absoluta de votos, los votos blancos se sumarán a la mayoría.

SECCIÓN DOS: DEL PRESIDENTE ADMINISTRATIVO

ARTÍCULO VEINTIUNO.- El Presidente Administrativo será nombrado por la Junta General de Socios para el período de dos años, pudiendo ser reelegido y percibirá la remuneración que señale la Junta.

ARTÍCULO VEINTIDOS.- Son deberes y atribuciones del Gerente General de la empresa: a) Representar legalmente a la empresa en forma judicial y extrajudicial; b) Dirigir la gestión económica-financiera de la empresa; c) Gestionar, planificar, coordinar y poner en marcha las actividades de la empresa; d) Realizar inversiones y adquisiciones para la empresa; e) Nombrar al personal administrativo y contratar al personal técnico que se requiere; f) Inscribir su nombramiento o razón social en el Registro Mercantil;

g) Manejar cuentas de la empresa; h) Presentar a la Junta General el informe administrativo y económico, balances, cuentas de pérdidas y ganancias.

CAPITULO QUINTO.- DE LA FISCALIZACIÓN Y ASESORÍA CONTABLE

ARTÍCULO VEINTITRES.- Los socios de la empresa nombrarán entre ellos a un interventor que vigile, inspeccione y controle los actos de los Administradores y las operaciones sociales, éste durará dos años en sus funciones y puede ser reelegido.

ARTÍCULO VEINTICUATRO.- Sin perjuicio a lo dispuesto en los artículos anteriores, la Junta General de socios podrá contratar la asesoría contable o auditora de cualquier persona natural o jurídica especializada.

CAPÍTULO SEXTO.- DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LACOMPAÑIA.

ARTICULO VEINTICINCO.- La disolución y liquidación de la empresa se regla por las disposiciones de la Ley de Empresas y de este Estatuto. El encargado de la liquidación será el Gerente General de la Empresa, o en su falta la persona que la Junta designa.

ARTÍCULO VEINTISÉIS.- A la muerte de un socio la empresa continuara con los supervivientes y con los herederos.

ARTÍCULO VEINTESIETE.- En la liquidación de la empresa el remanente del Patrimonio será distribuido entre los socios una vez cumplida las obligaciones sociales.

ARTÍCULO VEINTIOCHO.- DISPOSICIÓN GENERAL.- Todo lo previsto en este estatuto y en los reglamentos de la empresa será conocido y resuelto por la Junta General de Socios.

ARTÍCULO VEINTINUEVE.- DECLARACIONES

UNO.- Los Accionistas fundadores por unanimidad nombran a la Srta. María Stefanía Astudillo Rivas, Gerente General de la empresa para un período determinado en este Estatuto y autorizan para que gestione los trámites necesarios para la legalización y aprobación de la Escritura constitutiva de la empresa y su inscripción en el registro mercantil y los trámites correspondientes para que pueda operar la empresa.

Hasta aquí la minuta: Ud. Señor Notario se servirá agregar las demás cláusulas de estilo que aseguren la plena validez de la constitución de la empresa antes nombrada.

OBJETO SOCIAL.

El objeto social de la lavadora es que será una empresa generadora de un servicio, que brinde un excelente trato y el mejor acabado a las prensas de vestir; utilizando la técnica de lavado en seco, con la utilización de la mejor maquinaria y productos de excelente calidad. Sobre todo que será un servicio accesible para toda la población.

TIEMPO DE DURACIÓN DE LA EMPRESA.

Tomando en cuenta que el proyecto tiene un plazo de 10 años, por el hecho de ser un proyecto técnico. Toda actividad tendrá un tiempo determinado para lo que se planificará, organizará, dirigirá constantemente y se realizarán controles de medición de los resultados. El tiempo inicia a partir de la fecha de inscripción.

CAPITAL SOCIAL.

El capital social de la empresa se determinará en el estudio financiero. En el cual existirá la inversión de capital propio y también de un capital externo.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

Es la configuración estructural de la empresa y su funcionamiento.

La estructura organizativa de “The Laundry Service Cía. Ltda.” Se presenta por medio de organigramas en los cuales se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

Niveles Jerárquicos de autoridad.

Estos se encuentran definidos de acuerdo a lo que se establece la Ley de Empresas, los Niveles Jerárquicos son los mismos que permitirán que exista un rango en los diferentes cargos, teniendo en cuenta los niveles de responsabilidad, autoridad y otros. Se dividen en:

Nivel Legislativo

Es el máximo nivel de dirección, que tomarán el nombre de Junta General de Socios. Estará conformado por 4 socios, conformada por los dueños de la lavadora: Victoriano Andrade Hidalgo, Roberto Andrade Maldonado, Diana Jaramillo Fernández y Claudia Astudillo Rivas; quienes dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará la misma y quienes se encargarán de facilitar todo lo necesario para el funcionamiento de la lavadora “The Laundry Service Cía. Ltda.”

Nivel Ejecutivo

Se conforma por el gerente, quien será Stefanía Astudillo Rivas y tendrá a su cargo la responsabilidad de hacer cada una de las actividades se cumplan de la mejor manera; con el fin de cumplir los objetivos organizacionales.

Nivel Asesor

Estará conformado por el Ab. Antonio Astudillo Rivas; las funciones desempeñadas serán de carácter temporal. Se encargará de realizar actividades de carácter laboral y relaciones judiciales de la lavadora de prendas de vestir.

Nivel Auxiliar o de Apoyo

Forman parte de la actividad administrativa de la lavadora como es la secretaria-contadora, que será Claudia Castro Andrade.

Nivel operativo

Son las personas que van a estar dedicadas a la parte operacional de la empresa; serán los empleados dedicados a la organización y clasificación de prendas y al lavado en seco conformado por: Mary Dascon, Julia Mora, Carlos Ordoñez, Camila Jumbo y Victor Mena. Y una persona recepcionista que será: Julia Ochoa.

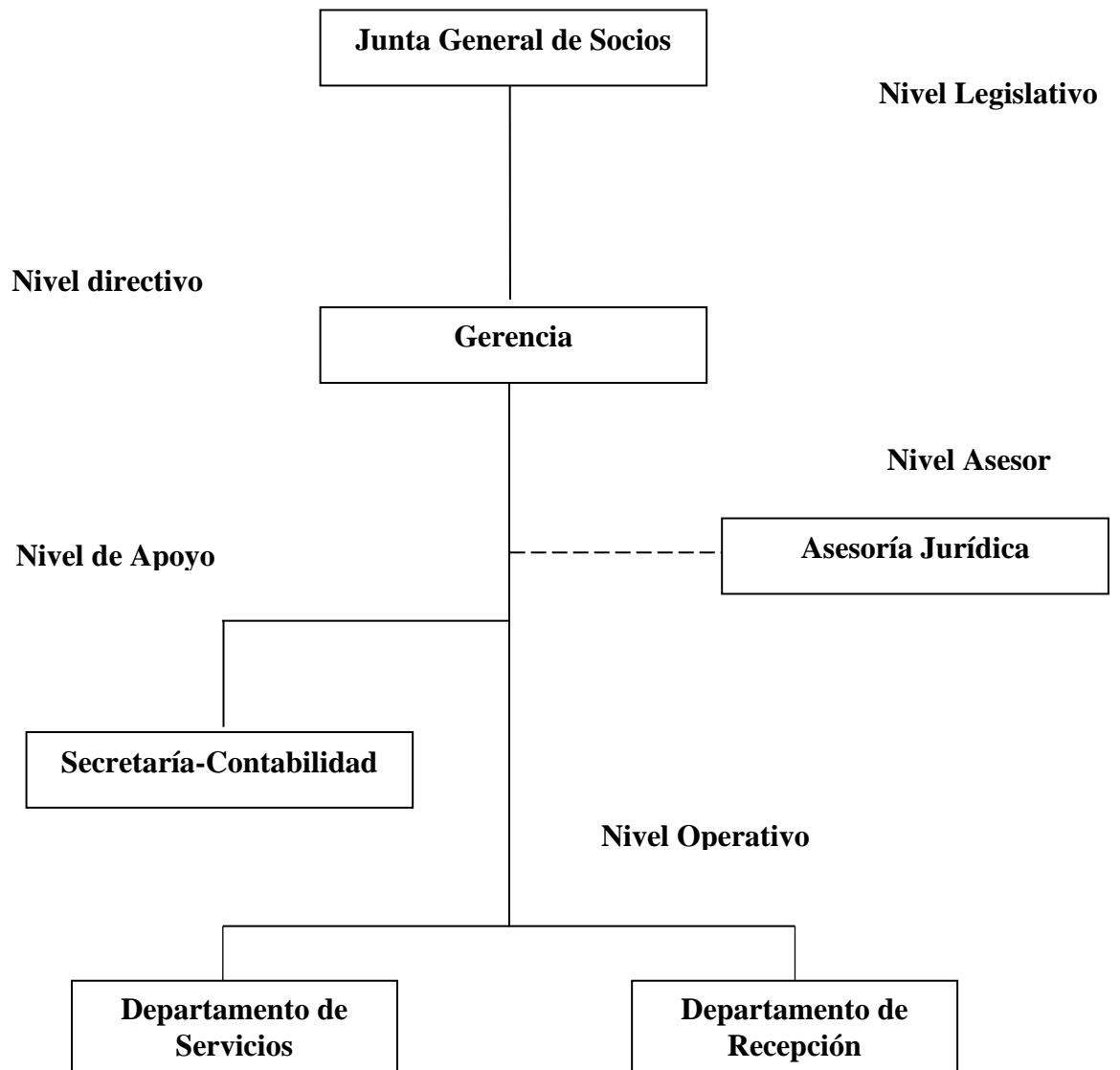
ORGANIGRAMAS

Es la representación gráfica de la estructura de una empresa o cualquier otra organización, incluyen las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competenciales de vigor.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Amplitud de control que se refiere al número de subordinados cada órgano puede supervisar de manera adecuada es decir que cada subordinado recibe órdenes de sus superiores.

Gráfica Nro. 44 Organigrama estructural de la Lavadora en seco de prendas de vestir “The Laundry Service” Cía. Ltda.

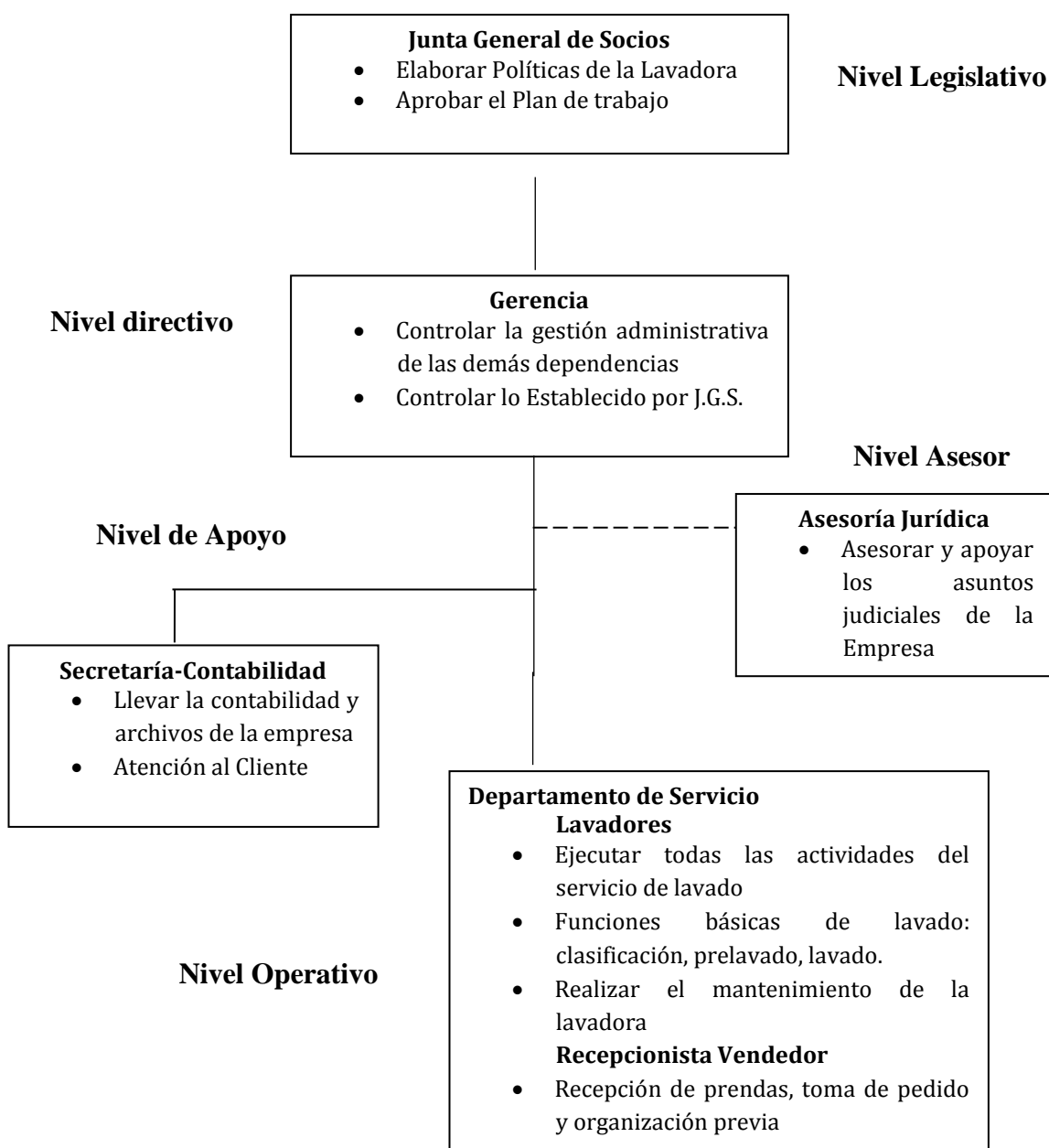


Elaborado por: María Stefanía Astudillo Rivas

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

En el mismo se detallan las funciones de cada persona que conformará la empresa

Gráfica Nro. 45 Organigrama funcional de la Lavadora en seco de prendas de vestir “The Laundry Service” Cía. Ltda.’

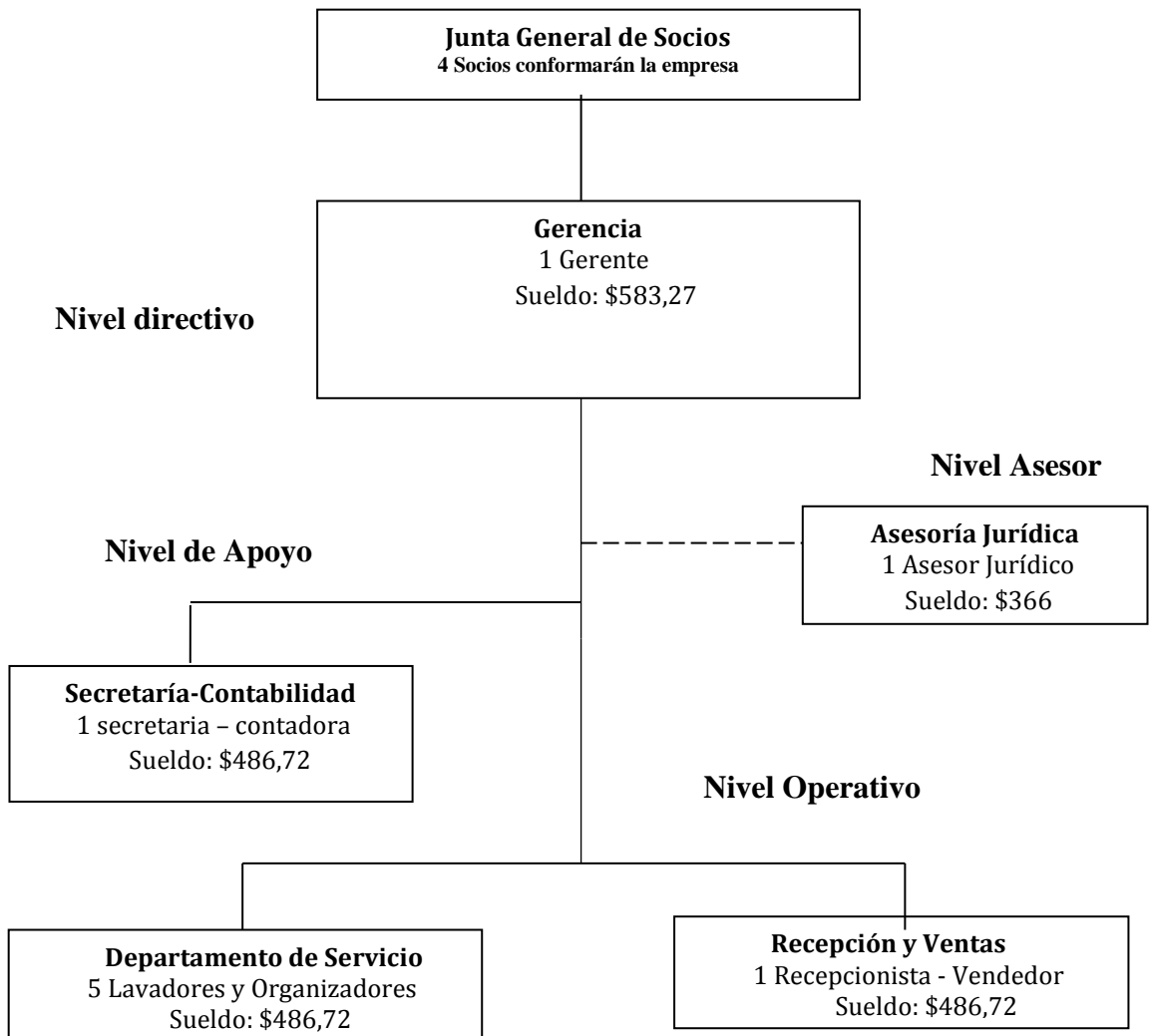


Elaborado por: María Stefanía Astudillo Rivas

ORGANIGRAMA POSICIONAL

Indica la remuneración básica de cada uno de los puestos de trabajo y la cantidad de personas que requieren para cada unidad administrativa.

Gráfica Nro. 46 Organigrama Posicional de la Lavadora en seco de prendas de vestir “The Laundry Service” Cía. Ltda.’



Elaborado por: María Stefanía Astudillo Rivas

MANUAL DE FUNCIONES

Nos permite llevar un control sobre las funciones que tiene el personal que conforma la empresa. Es de eficaz ayuda para el desarrollo de la estrategia de una empresa, ya que determina y delimita los campos de actuación de cada área de trabajo.

| | |
|-----------------------------------|--|
| EMPRESA: | “The Laundry Service ” |
| CÓDIGO: | 001 |
| PUESTO: | Gerente |
| NIVEL: | Ejecutivo |
| N^a DE PERSONAS: | Una Persona |
| DESCRIPCIÓN DEL CARGO: | El Gerente , es el encargado de llevar a cabo todo el proceso administrativo, rendir cuenta a los socios y la cabeza de la empresa. |
| FUNCIONES: | <ul style="list-style-type: none">• Planear y desarrollar metas a mediano y largo plazo.• Evaluar periódicamente el desempeño.• Capacitar a su personal.• Identifica áreas de oportunidad dentro y fuera de la empresa.• Se enfoca en los objetivos de cada área, de su desarrollo y cumplimiento.• Reporta e informa al comité de socios buenas y malas noticias.• Representante de la empresa. |
| REQUISITOS MÍNIMOS: | Educación: Profesional Administración de Empresas Experiencia: Dos años en funciones similares, currículo vitae, carta de recomendación. |

| | |
|-------------------------------|--|
| EMPRESA: | “The Laundry Service ” |
| CÓDIGO: | 002 |
| PUESTO: | Asesor Jurídico (Temporal) |
| NIVEL: | Asesor |
| Nª PERSONAS: DE | Una Persona |
| DESCRIPCIÓN DEL CARGO: | El Asesor Jurídico , es el encargado de los trámites legales que necesite la empresa durante su existencia. |
| FUNCIONES: | <ul style="list-style-type: none"> • Responsable frente a terceros de trámites legales. • Dirige las obligaciones fiscales. • Estudiar la normativa, misión, visión, objetivos, políticas, estrategias y planes. • Desarrollo del programa de trabajo de una auditoría. • Detectar hallazgos o evidencias e incorporarlos al papel. • Diseña y prepara los reportes de avance e informes. • Emite opiniones de carácter jurídico legal. |
| REQUISITOS MÍNIMOS: | <p>Educación: Profesional en Abogacía</p> <p>Experiencia:</p> <p>Mínimos de 3 años en funciones similares.</p> |

| | |
|-----------------------------------|---|
| EMPRESA: | “The Laundry Service ” |
| CÓDIGO: | 003 |
| PUESTO: | Secretaria – Contadora |
| NIVEL: | Auxiliar |
| N^a PERSONAS: DE | Una Persona |
| DESCRIPCIÓN DEL CARGO: | La secretaria – contadora , atención a las necesidades del gerente y del público que solicite información. De igual forma de todo lo que tiene que ver con la contabilidad de la empresa. |
| FUNCIONES: | <ul style="list-style-type: none"> • Redacción de documentos • Recepción y transferencia de llamadas • Organización de documentos y archivo. • Lleva la agenda del gerente. • Supervisión del registro diario de operaciones en libros contables. • Verifica los cálculos de impuestos. • Distribución de gastos por centro de costos. |
| REQUISITOS MÍNIMOS: | <p>Educación:</p> <p>Profesional en Administración o en contabilidad.</p> <p>Experiencia:</p> <p>Haber realizado estas funciones por lo menos una vez.</p> <p>Carta de recomendación</p> |

| | |
|-------------------------------|--|
| EMPRESA: | “The Laundry Service ” |
| CÓDIGO: | 004 |
| PUESTO: | Lavadores |
| NIVEL: | Operativo |
| Nª DE PERSONAS: | Cinco personas |
| DESCRIPCIÓN DEL CARGO: | Los Lavadores , son los encargados de desempeñarse en todas las tareas que tienen que ver con el lavado y planchado en seco de las prendas de vestir. |
| FUNCIONES: | <ul style="list-style-type: none"> • Organización y orden de las prendas por color, instrucciones de etiqueta, • Lavar las prendas de forma minuciosa. • Controlar el funcionamiento de la maquinaria y equipo. • Reportar actividades semanales. • Realizar inventarios de los materiales e insumos necesarios para el lavado. • Bajo su responsabilidad queda la entrega de las prendas en el día que corresponda. |
| REQUISITOS MÍNIMOS: | <p>Educación:</p> <p>Mínimo ser bachiller</p> <p>Experiencia:</p> <p>Conocimiento en lavado de prendas y organización.</p> |
| EMPRESA: | “The Laundry Service ” |

| | |
|-----------------------------------|--|
| CÓDIGO: | 005 |
| PUESTO: | Recepcionista Vendedor |
| NIVEL: | Operativo |
| N^a DE PERSONAS: | Una Persona |
| DESCRIPCIÓN DEL CARGO: | El Recepcionista – Vendedor , es la cara del servicio, quien hace la recepción de las prendas de vestir, la toma de pedidos y cobra por el servicio. |
| FUNCIONES: | <ul style="list-style-type: none"> • Recepción de las prendas • Toma de Pedidos • Atención al cliente • Cobranza dl servicio • Entrega de prendas • Encargado de facturar • Atención a reclamos |
| REQUISITOS MÍNIMOS: | <p>Educación:</p> <p>Mínimo ser Bachiller</p> <p>Experiencia:</p> <p>En ventas, facturación y atención al cliente.</p> |

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero permite tomar la decisión si es factible o no el proyecto.

El Estudio Financiero analiza las necesidades de recursos a invertir en la lavadora, de igual forma el estudio económico nos permite determinar la forma de financiamiento de la empresa, es decir el aporte propio y el crédito; en este proyecto se ha escogido al Banco de Loja, por ser una institución confiable para de este modo continuar con estimaciones de ingresos y egresos para el periodo de vida útil de la misma.

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

INVERSIONES

Las inversiones son el capital, con el que se comprará la parte de activos fijos, para poder dar el servicio de lavado en seco.

ACTIVOS FIJOS

Se conforma por los bienes muebles e inmuebles en el cual se incluirá como activos fijos los siguientes rubros: maquinaria, equipos de oficina, muebles y enseres, etc.

Cuadro Nro. 55 Inversión para Maquinaria

| Detalle | Cantidad | Costo Unitario | Total |
|-------------------|----------|-----------------|-----------------|
| Máquina de lavado | 1 | 7.000,00 | 7.000,00 |
| Plancha de secado | 2 | 600,00 | 1.200,00 |
| TOTAL | | 7.600,00 | 8.200,00 |

Fuente: Proformas de casas comerciales.

Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

Muebles y Enseres

Cuadro Nro. 56 Inversión para Muebles y Enseres

| Detalle | Cantidad | Costo Unitario | Total |
|---------------------|----------|----------------|-----------------|
| Perchero de pared | 3 | 110,00 | 330,00 |
| Perchero de pie | 3 | 100,00 | 300,00 |
| Escritorios | 3 | 120,00 | 360,00 |
| Sillas Giratorias | 3 | 30,00 | 90,00 |
| Silla Gema | 10 | 12,00 | 120,00 |
| Canasta de plástico | 4 | 7,00 | 28,00 |
| Archivador grande | 2 | 120,00 | 240,00 |
| TOTAL | | 499,00 | 1.468,00 |

Fuente: Proformas de casas comerciales.

Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

Equipos de Oficina

Cuadro Nro. 57 Inversión para Equipos de Oficina

| Detalle | Cantidad | Costo Unitario | Total |
|-------------------|----------|----------------|---------------|
| Línea Telefónica | 1 | 110,00 | 110,00 |
| Caja registradora | 1 | 370,00 | 370,00 |
| Teléfono | 1 | 15,00 | 15,00 |
| TOTAL | | 495,00 | 495,00 |

Fuente: Proformas de casas comerciales.

Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

Herramientas

Cuadro Nro. 58 Inversión para Herramientas

| Detalle | Cantidad | Costo Unitario | Total |
|---------------------|----------|----------------|--------------|
| Kit de herramientas | 4 | 20,00 | 80,00 |
| TOTAL | | | 80,00 |

Fuente: Proformas de casas comerciales.

Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

Equipo de Computación

Cuadro Nro. 59 Inversión en Equipo de Cómputo

| Detalle | Cantidad | Costo Unitario | Total |
|---------------------------|----------|-----------------|-----------------|
| Computadora de Escritorio | 1 | 700,00 | 700,00 |
| Computador Portátil | 1 | 900,00 | 900,00 |
| Impresora HP | 1 | 70,00 | 70,00 |
| TOTAL | | 1.670,00 | 1.670,00 |

Fuente: Proformas de casas comerciales.

Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

Cuadro Nro. 60 Resumen de Inversiones en Activos Fijos

| INVERSIONES | TOTAL |
|-----------------------|------------------|
| Maquinaria | 8.200,00 |
| Muebles y Enseres | 1.468,00 |
| Equipo de Oficina | 495,00 |
| Equipo de Computación | 1.670,00 |
| Herramientas | 80,00 |
| Subtotal | 11.913,00 |
| Imprevistos 5% | 595,65 |
| TOTAL | 12.508,65 |

Fuente: Cuadros del Nro.55, 56, 57, 58 y 59.

Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

Reinversión de activo fijo.- Para el cuarto, séptimo y décimo año se reinvertirá en equipos de computación, y se lo incrementó en un 5% anual.

Cuadro Nro. 61 Resumen de Reinversiones en Activos Fijos

| Años | Costo | valor incremento 5% | costo incremento anualmente |
|-------------|--------------|--------------------------------|--|
| 1 | 1.670,00 | 83,50 | 1.753,50 |
| 4 | 1.933,23 | 96,66 | 2.029,90 |
| 7 | 2.237,97 | 111,90 | 2.349,86 |
| 10 | 2.590,72 | 129,54 | 2.720,25 |

Fuente: Cuadro del No. 59.

Elaboración: María Stefania Astudillo Rivas.

Depreciación

Cuadro Nro. 62 Resumen de Depreciación de Activos Fijos

| Activos | Valor | Años | V. Res. | Deprec. |
|-----------------------|------------------|-------------|-----------------|-----------------|
| Maquinaria y Equipo | 8200,00 | 10 | 820,00 | 738,00 |
| Muebles y Enseres | 1468,00 | 10 | 146,80 | 132,12 |
| Equipo de Oficina | 495,00 | 10 | 49,50 | 44,55 |
| Equipo de Computación | 1670,00 | 3 | 556,61 | 371,13 |
| TOTAL | 11.833,00 | | 1.572,91 | 1.285,80 |

Fuente: Cuadros No. 53, 54, 55, 57, 58, ,59

Elaboración: María Stefania Astudillo Rivas.

ACTIVO DIFERIDO

En este rubro se tomó en cuenta los gastos realizados en el estudio del proyecto y otros gastos relacionados con los mismos. Para el determinar el costo de Estudio de factibilidad, se calcula el 5% del valor total de inversión. Antes de tener este valor se tiene una inversión de 18.161,77 (Sin el valor de Estudio de factibilidad), sobre este valor sale un Estudio de factibilidad de 909,59.

Cuadro Nro. 63 Inversiones del Activo Diferido

| Detalle | Costo |
|---------------------------|-----------------|
| Estudio de Factibilidad | 909,59 |
| Gasto de constitución | 300,00 |
| Estudios Legales | 200,00 |
| Permiso de Funcionamiento | 150,00 |
| Subtotal | 1.559,59 |
| Imprevistos 5% | 77,98 |
| Total | 1.637,57 |

Fuente: Investigación directa.

Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

Cuadro Nro. 64 Amortización de Activo Diferido

| Años | Val. Activo | Amortización | Val. Total |
|------|-------------|--------------|------------|
| 1 | 1.637,57 | 163,76 | 1.473,81 |
| 2 | 1.473,81 | 163,76 | 1.310,06 |
| 3 | 1.310,06 | 163,76 | 1.146,30 |
| 4 | 1.146,30 | 163,76 | 982,54 |
| 5 | 982,54 | 163,76 | 818,78 |
| 6 | 818,78 | 163,76 | 655,03 |
| 7 | 655,03 | 163,76 | 491,27 |
| 8 | 491,27 | 163,76 | 327,51 |
| 9 | 327,51 | 163,76 | 163,76 |
| 10 | 163,76 | 163,76 | 0,00 |

Fuente: Cuadro Nro. 63

Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

INVERSIÓN DEL ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

Todos los valores que se encuentran dentro del costo de producción:

Mano de Obra Directa.- Prestarán sus servicios en el área de servicio 2 lavadores y tres organizadores de prendas, su función es dar el servicio de lavado en seco al cliente.

Cuadro Nro. 65 Inversión de Mano de Obra Directa

| Denominación | Valores |
|-----------------------------------|------------------|
| Sueldo Básico Unificado | 366,00 |
| Décimo Tercero | 30,50 |
| Décimo Cuarto | 30,50 |
| Vacaciones | 15,25 |
| Aporte Patronal IESS 11,15% | 40,81 |
| Aporte IECE 0.5% | 1,83 |
| Aporte SECAP 0.5% | 1,83 |
| Remuneración Unificada | 486,72 |
| Números de Operarias | 5 |
| Total Remuneración Mensual | 2.433,60 |
| Total Remuneración Anual | 29.203,14 |

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

Para el segundo año se considera el fondo de reserva. Que en el año sería un sueldo más y como se tiene 5 operarios, multiplicado por 366 dólares, se obtiene un total de 1.830 dólares. Los 1.830 se suma al valor de los 29.203,14 y se tiene el valor de 31.033,14. A partir de este valor se proyecta los siguientes años.

Cuadro Nro. 66 Proyección para Mano de Obra Directa

| Años | Valor Total Incrementado |
|------|--------------------------|
| | 3,38% |
| 1 | 29.203,14 |
| 2 | 31.033,14 |
| 3 | 32.082,06 |
| 4 | 33.166,43 |
| 5 | 34.287,46 |
| 6 | 35.446,38 |
| 7 | 36.644,46 |
| 8 | 37.883,05 |
| 9 | 39.163,49 |
| 10 | 40.487,22 |

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

Materia Prima Directa

Materia Prima Directa.- Con la misma se podrá realizar el servicio de lavado en seco al cliente.

Cuadro Nro. 67 Inversión de Materia Prima Directa

| Detalle | Cantidad | Valor | Valor |
|-----------------------------------|----------|-------|-----------------|
| Detergentes para prendas de color | 12 | 35,00 | 420,00 |
| Detergentes para prendas de color | 12 | 40,00 | 480,00 |
| Cloro blanqueador (galón) | 12 | 5,00 | 60,00 |
| Suavizante (galón) | 12 | 18,00 | 216,00 |
| TOTAL | | | 1.176,00 |

Fuente: Bodegas de la ciudad de Zamora.

Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

Cuadro Nro. 68 Proyección de Materia Prima

| Año | 3,48% |
|------------|--------------|
| 1 | 1.176,00 |
| 2 | 1.215,75 |
| 3 | 1.256,84 |
| 4 | 1.299,32 |
| 5 | 1.343,24 |
| 6 | 1.388,64 |
| 7 | 1.435,58 |
| 8 | 1.484,10 |
| 9 | 1.534,26 |

Fuente: Banco Central del Ecuador 2015.
Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

La inflación se toma de los datos que registra el banco Central del Ecuador en el mes de Diciembre del año 2015 que es 3,38%.

Útiles de Aseo

Cuadro Nro. 69 Inversión para Útiles de Aseo

| Detalle | Cantidad anual | Costo Unitario | Costo Anual | Costo Mensual |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|--------------------|----------------------|
| Pañitos de tela | 10 | 1,50 | 15,00 | 1,25 |
| Desinfectante | 12 | 7,00 | 84,00 | 7,00 |
| Escobas | 4 | 3,00 | 12,00 | 1,00 |
| Basurero | 2 | 13,00 | 26,00 | 2,17 |
| Trapeador | 3 | 4,00 | 12,00 | 1,00 |
| TOTAL | | | 76,00 | 12,42 |

Fuente: Proformas de casas comerciales.
Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

Cuadro Nro. 70 Proyección de Útiles de Aseo

| Años | Valor Total Incrementado |
|------|--------------------------|
| | 3,38% |
| 1 | 149,00 |
| 2 | 154,04 |
| 3 | 159,24 |
| 4 | 164,63 |
| 5 | 170,19 |
| 6 | 175,94 |
| 7 | 181,89 |
| 8 | 188,04 |
| 9 | 194,39 |
| 10 | 200,96 |

Fuente: Banco Central del Ecuador 2015.

Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

Materiales Indirectos: Los materiales indirectos son los que se necesitan para ofrecer el servicio, pero no son indispensables.

Cuadro Nro. 71 Inversión de Materiales Indirectos

| Detalle | Cantidad anual | Costo Unitario | Costo Anual | Costo Mensual |
|---------------------------------------|----------------|----------------|---------------|---------------|
| Protector plástico de ropa (unidades) | 3.000 | 0,05 | 150,00 | 12,50 |
| Armadores (paquetes de 100) | 24 | 3,00 | 72,00 | 6,00 |
| TOTAL | | | 222,00 | 18,50 |

Fuente: Casas Comerciales

Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

Cuadro Nro. 72 Proyección de Materiales Indirectos

| Años | Valor Total Incrementado |
|------|--------------------------|
| | 3,38% |
| 1 | 222,00 |
| 2 | 229,50 |
| 3 | 237,26 |
| 4 | 245,28 |
| 5 | 253,57 |
| 6 | 262,14 |
| 7 | 271,00 |
| 8 | 280,16 |
| 9 | 289,63 |
| 10 | 299,42 |

Fuente: Banco Central del Ecuador 2015.

Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

GASTOS DE OPERACIÓN

Gastos Administrativos: Son los sueldos, amortizaciones, y depreciaciones.

Cuadro Nro. 73 Inversión de Sueldo Personal Administrativo primer año

| Denominación | Gerente | Secretaria - Contadora |
|--------------------------------------|-----------------|------------------------|
| Sueldo Básico | 450,00 | 366,00 |
| Décimo Tercero | 37,50 | 30,50 |
| Décimo Cuarto | 30,50 | 30,50 |
| Vacaciones | 16,67 | 15,25 |
| Aporte Patronal IESS 11,15% | 44,60 | 40,81 |
| Aporte IECE 0.5% | 2,00 | 1,83 |
| Aporte SECAP 0.5% | 2,00 | 1,83 |
| Remuneración Mensual | 583,27 | 486,72 |
| Total Remuneración Anual | 6.999,24 | 5.840,63 |
| Total Sueldos Administrativos | | 12.839,87 |

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

El rubro asignado para el personal administrativo en el primer año es 12.839,87. Antes de proyectar para los siguientes años, primero se realiza el cálculo del fondo de reserva para el Gerente y la Secretaria – Contadora.

Se tiene los dos sueldos de 450 y de 366, sumados dan 766. Los 766 se suma al valor de los 12.839,87 y se tiene el valor de 13.655,87. A partir de este valor se proyecta los siguientes años.

Cuadro Nro. 74 Proyección de Sueldo Personal Administrativo

| Años | Valor Total Incrementado |
|------|--------------------------|
| | 3,38% |
| 1 | 12.839,87 |
| 2 | 13.655,87 |
| 3 | 14.117,44 |
| 4 | 14.594,61 |
| 5 | 15.087,90 |
| 6 | 15.597,87 |
| 7 | 16.125,08 |
| 8 | 16.670,11 |
| 9 | 17.233,56 |
| 10 | 17.816,05 |

Fuente: Banco Central del Ecuador.
Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

Gastos Básicos

Cuadro Nro. 75 Inversión para Consumo de Energía Eléctrica

| Detalle | Cantidad Kw./h | Valor Unitario | Valor Mensual | Valor Anual |
|---------------------|-------------------|-------------------|------------------|----------------|
| Servicio de Energía | 1.500 | 0,054 | 81,00 | 972,00 |
| TOTAL | | | | 972,00 |

Fuente: EERSSA.
Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

Cuadro Nro. 76 Inversión para Consumo de Agua Potable

| Detalle | Cantidad litros | Valor Unitario | Valor Mensual | Valor Anual |
|-------------------------|-----------------|----------------|---------------|---------------|
| Consumo de Agua Potable | 450 | 0,098 | 44,10 | 529,20 |
| TOTAL | | | | 529,20 |

Fuente: Municipio de Loja.

Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

Cuadro Nro. 77 Inversión para Consumo de Teléfono

| Detalle | Cantidad litros | Valor Unitario | Valor Mensual | Valor Anual |
|---------------------------------|-----------------|----------------|---------------|---------------|
| Servicio de Teléfono e Internet | 1 | 25,00 | 25,00 | 300,00 |
| TOTAL | | 25,00 | 25,00 | 300,00 |

Fuente: CNT.

Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

Cuadro Nro. 78 Resumen Inversión para Servicios Básicos

| Detalle | Cantidad Anual | Valor Mensual | Valor Anual |
|---------------------|----------------|---------------|-----------------|
| Energía Eléctrica | 1.500Kwh. | 81,00 | 972,00 |
| Agua Potable | 450 | 44,10 | 529,20 |
| Teléfono e Internet | 1 | 25,00 | 300,00 |
| TOTAL | | 150,10 | 1.801,20 |

Fuente: CNT, Municipio de Loja y Empresa Eléctrica.

Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

El total de energía eléctrica y agua potable estarán asignados el 75% para la producción y el 25% para el área Administrativa, El total de teléfono e internet será asignado en su totalidad para el área Administrativa. En los siguientes cuadros se verán el incremento a 10 años para cada uno.

Cuadro Nro. 79 Incremento de Energía y Agua Potable

| Años | Valor Total | Producción | Administración |
|-------------|--------------------|-------------------|-----------------------|
| | | 75% | 25% |
| 1 | 1.501,20 | 1.125,90 | 375,30 |
| 2 | 1.551,94 | 1.163,96 | 387,99 |
| 3 | 1.604,40 | 1.203,30 | 401,10 |
| 4 | 1.658,62 | 1.243,97 | 414,66 |
| 5 | 1.714,69 | 1.286,01 | 428,67 |
| 6 | 1.772,64 | 1.329,48 | 443,16 |
| 7 | 1.832,56 | 1.374,42 | 458,14 |
| 8 | 1.894,50 | 1.420,87 | 473,62 |
| 9 | 1.958,53 | 1.468,90 | 489,63 |
| 10 | 2.024,73 | 1.518,55 | 506,18 |

Fuente: CNT, Municipio de Loja y Empresa Eléctrica.
Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

Cuadro Nro. 80 Proyección para Consumo de Teléfono

| Años | Valor Total Incrementado |
|-------------|---------------------------------|
| | 3,38% |
| 1 | 300,00 |
| 2 | 310,14 |
| 3 | 320,62 |
| 4 | 331,46 |
| 5 | 342,66 |
| 6 | 354,25 |
| 7 | 366,22 |
| 8 | 378,60 |
| 9 | 391,39 |
| 10 | 404,62 |

Fuente: Banco Central del Ecuador.
Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas

Cuadro Nro. 81 Inversión para Arriendo de Local

| Detalle | Cantidad litros | Valor Unitario | Valor Mensual | Valor Anual |
|-------------------|-----------------|----------------|---------------|-----------------|
| Arriendo de Local | 1 | 350,00 | 350,00 | 4.200,00 |
| TOTAL | | | 350,00 | 4.200,00 |

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

Cuadro Nro. 82 Proyección para Arriendo de Local

| Años | Valor Total Incrementado |
|------|--------------------------|
| | 3,38% |
| 1 | 4.200,00 |
| 2 | 4.341,96 |
| 3 | 4.488,72 |
| 4 | 4.640,44 |
| 5 | 4.797,28 |
| 6 | 4.959,43 |
| 7 | 5.127,06 |
| 8 | 5.300,36 |
| 9 | 5.479,51 |
| 10 | 5.664,71 |

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

Gastos de Ventas

Son erogaciones que están directamente relacionadas con el servicio de lavado en seco como sueldos, en este proyecto se considerará el sueldo de la vendedora o recepcionista, publicidad y cuñas radiales.

Cuadro Nro. 83 Inversión de Sueldo de Vendedora

| Denominación | Vendedor |
|---------------------------------|-----------------|
| Sueldo Básico | 366,00 |
| Décimo Tercero | 30,50 |
| Décimo Cuarto | 30,50 |
| Vacaciones | 15,25 |
| Aporte Patronal IESS 11,15% | 40,81 |
| Aporte IECE 0.5% | 1,83 |
| Aporte SECAP 0.5% | 1,83 |
| Remuneración Mensual | 486,72 |
| Total Remuneración Anual | 5.840,63 |

Fuente: Banco Central del Ecuador.
Elaboración: María Stefania Astudillo Rivas.

Se tiene un sueldo de 366 se suma al valor de los 5.840,63, a partir de este valor se proyecta los siguientes años.

Cuadro Nro. 84 Proyección para de Sueldo de Vendedora

| Años | Valor Total Incrementado |
|------|--------------------------|
| | 3,38% |
| 1 | 5.840,63 |
| 2 | 6.206,63 |
| 3 | 6.416,41 |
| 4 | 6.633,29 |
| 5 | 6.857,49 |
| 6 | 7.089,28 |
| 7 | 7.328,89 |
| 8 | 7.576,61 |
| 9 | 7.832,70 |
| 10 | 8.097,44 |

Fuente: Banco Central del Ecuador.
Elaboración: María Stefania Astudillo Rivas.

Cuadro Nro. 85 Inversión para Publicidad y Propaganda

| Detalle | Cantidad mes | Costo Unitario | Costo mensual | Costo Anual |
|--------------------|-------------------------|---------------------------|--------------------------|------------------------|
| Cuñas Televisivas | 60 | 1,75 | 105,00 | 1.260,00 |
| Cuñas Radiales | 60 | 0,14 | 8,40 | 100,80 |
| Prensa Escrita | 10 | 0,12 | 1,20 | 14,40 |
| TOTAL ANUAL | | | 114,60 | 1.375,20 |

Fuente: Medios de Comunicación.

Elaboración: María Stefania Astudillo Rivas.

Cuadro Nro. 86 Proyección para Publicidad Y Propaganda

| Años | Valor Total Incrementado |
|-------------|---------------------------------|
| | 3,38% |
| 1 | 1.375,20 |
| 2 | 1.421,68 |
| 3 | 1.469,73 |
| 4 | 1.519,41 |
| 5 | 1.570,77 |
| 6 | 1.623,86 |
| 7 | 1.678,75 |
| 8 | 1.735,49 |
| 9 | 1.794,15 |
| 10 | 1.854,79 |

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaboración: María Stefania Astudillo Rivas.

Cuadro Nro. 87 Resumen de Inversiones del Activo Circulante o del Capital de Trabajo

| Detalle | Total Anual | Total Mensual |
|--------------------------------|--------------------|----------------------|
| Materia Prima Directa | 1.176,00 | 98,00 |
| Útiles de aseo | 149,00 | 12,42 |
| Materiales Indirectos | 222,00 | 18,50 |
| Mano de Obra Directa | 29.203,14 | 2.433,60 |
| Sueldos Administrativos | 12.839,87 | 1.069,99 |
| Servicios Básicos | 1.801,20 | 150,10 |
| Gasto Arriendo | 4.200,00 | 350,00 |
| Sueldo de Vendedora | 5.840,63 | 486,72 |
| Publicidad | 1.375,20 | 114,60 |
| Subtotal | 56.807,04 | 4.733,92 |
| Imprevistos 5% | 2.840,35 | 236,70 |
| TOTAL ACTIVO CIRCULANTE | 59.647,39 | 4.970,62 |

Fuente: Cuadros Nro. 65, 67, 69, 71, 73, 78, 81, 83 y 85.

Elaboración: María Stefania Astudillo Rivas.

Cuadro Nro. 88 Resumen de Inversiones

| ACTIVO FIJO | USD | Porcentaje |
|-----------------------------------|------------------|-------------------|
| Maquinaria | 8.200,00 | 42,89% |
| Muebles y enseres | 1.468,00 | 7,68% |
| Equipo de oficina | 495,00 | 2,59% |
| Equipo de computación | 1.670,00 | 8,74% |
| Herramientas | 80,00 | 0,42% |
| Imprevistos 5% | 595,65 | 3,12% |
| Total Activo Fijo | 12.508,65 | 65,43% |
| ACTIVO DIFERIDO | | |
| Estudio de factibilidad | 909,59 | 4,76% |
| Gasto de constitución | 300,00 | 1,57% |
| Estudios legales | 200,00 | 1,05% |
| Permiso de funcionamiento | 150,00 | 0,78% |
| Imprevistos 5% | 77,98 | 0,41% |
| Total del Activo Diferido | 1.637,57 | 8,57% |
| CAPITAL DE TRABAJO | | |
| Materia prima directa | 98,00 | 0,51% |
| Útiles de aseo | 12,42 | 0,06% |
| Materiales indirectos | 18,50 | 0,10% |
| Mano de obra directa | 2.433,60 | 12,73% |
| Sueldos administrativos | 1.069,99 | 5,60% |
| Servicios básicos | 150,10 | 0,79% |
| Gasto arriendo | 350,00 | 1,83% |
| Sueldo de vendedora | 486,72 | 2,55% |
| Publicidad | 114,60 | 0,60% |
| Imprevistos 5% | 236,70 | 1,24% |
| Total de Activo circulante | 4.970,62 | 26,00% |
| TOTAL INVERSIÓN | 19.116,84 | 100,00% |
| FINANCIAMIENTO | 10.000,00 | 52,31% |
| RECURSOS PROPIOS | 9.116,84 | 47,69% |
| TOTAL FINANCIAMIENTO | 19.116,84 | 100,00% |

Fuente: Cuadros No. 60, 63 y 87

Elaboración: María Stefania Astudillo Rivas.

El total de la inversión es de 19.116,84.

FINANCIAMIENTO

Cuadro Nro. 89 Financiamiento

| Detalle | Porcentaje | Valor |
|------------------------------|-------------------|------------------|
| Capital Propio de los Socios | 47,69% | 9.116,84 |
| Préstamo Bancario | 52,31% | 10.000,00 |
| TOTAL INVERSIÓN | 100,00% | 19.116,84 |

Fuente: Cuadro Nro. 88

Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

Fuentes Internas

El 47,69% del total de la inversión que corresponde a \$9.116,84 será financiado con aportaciones de los cuatro socios.

Fuentes Externas

El crédito que mantendrá el proyecto con el Banco de Loja será el 52,31% del monto total de la inversión y corresponde a \$10.000 a un interés del 15%.

Cuadro Nro. 90 Cuadro de Amortización del Préstamo al Banco del Loja

| | | | | |
|---------------------------|----------------|---------------------|---------------------|------------------|
| BENEFICIARIO | | The Laundry Service | | |
| INSTIT. FINANCIERA | | Banco del Loja | | |
| MONTO EN USD | | 10.000,00 | | |
| TASA DE INTERES | | 15,00% | Pago | Mensual |
| PLAZO | | 2 años | | |
| MONEDA | | Dólares | | |
| AMORTIZACION CADA | | 30 días | | |
| Número de períodos | | 24 | | |
| Semestre | Capital | Interés | Amortización | Principal |
| 0 | | | | 10.000,00 |
| 1 | 450,00 | 63,00 | 387,50 | 9.612,50 |
| 2 | 450,00 | 60,00 | 389,92 | 9.222,59 |
| 3 | 450,00 | 58,00 | 392,35 | 8.830,23 |
| 4 | 450,00 | 55,00 | 394,81 | 8.435,42 |
| 5 | 450,00 | 53,00 | 397,27 | 8.038,15 |
| 6 | 450,00 | 50,00 | 399,76 | 7.638,39 |
| 7 | 450,00 | 48,00 | 402,26 | 7.236,14 |
| 8 | 450,00 | 45,00 | 404,77 | 6.831,37 |
| 9 | 450,00 | 43,00 | 407,30 | 6.424,07 |
| 10 | 450,00 | 40,00 | 409,85 | 6.014,22 |
| 11 | 450,00 | 38,00 | 412,41 | 5.601,81 |
| 12 | 450,00 | 35,00 | 414,98 | 5.186,83 |
| 13 | 450,00 | 32,00 | 417,58 | 4.769,25 |
| 14 | 450,00 | 30,00 | 420,19 | 4.349,06 |
| 15 | 450,00 | 27,00 | 422,81 | 3.926,25 |
| 16 | 450,00 | 25,00 | 425,46 | 3.500,79 |
| 17 | 450,00 | 22,00 | 428,12 | 3.072,68 |
| 18 | 450,00 | 19,00 | 430,79 | 2.641,88 |
| 19 | 450,00 | 17,00 | 433,48 | 2.208,40 |
| 20 | 450,00 | 14,00 | 436,19 | 1.772,21 |
| 21 | 450,00 | 11,00 | 438,92 | 1.333,29 |
| 22 | 450,00 | 8,00 | 441,66 | 891,62 |
| 23 | 450,00 | 6,00 | 444,42 | 447,20 |
| 24 | 450,00 | 3,00 | 447,20 | 0,00 |

Fuente: Banco de Loja

Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

ESTRUCTURA DE COSTOS Y DETERMINACIÓN DE INGRESOS DE PROYECTO

| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| UNIDADES DE SERVICIO A BRINDAR | 11.357 | 11.648 | 12.230 | 12.813 | 13.104 | 13.686 | 13.832 | 14.123 | 14.269 | 14.414 |
| COSTOS PRIMOS | | | | | | | | | | |
| Materia Prima Directa | 917,28 | 972,60 | 1055,75 | 1.143,40 | 1.208,92 | 1.305,32 | 1.363,80 | 1439,58 | 1503,58 | 1570,26 |
| Materia Prima Indirecta | 173,16 | 183,60 | 199,30 | 215,85 | 228,21 | 246,41 | 257,45 | 271,76 | 283,84 | 296,43 |
| Mano de Obra Directa | 22.778,45 | 24.826,51 | 26.948,93 | 29.186,46 | 30.858,71 | 33.319,59 | 34.812,24 | 36.746,55 | 38.380,22 | 40.082,35 |
| Total costo primo | 23.868,89 | 25.982,71 | 28.203,98 | 30.545,71 | 32.295,84 | 34.871,33 | 36.433,49 | 38.457,89 | 40.167,64 | 41.949,03 |
| COSTOS INDIRECTOS | | | | | | | | | | |
| Depreciación de Maquinaria | 738,00 | 738,00 | 738,00 | 738,00 | 738,00 | 738,00 | 738,00 | 738,00 | 738,00 | 738,00 |
| Energía Eléctrica y Agua Potable (75%) | 163,76 | 163,76 | 163,76 | 163,76 | 163,76 | 163,76 | 163,76 | 163,76 | 163,76 | 163,76 |
| Amortización de activos diferidos | 878,20 | 931,16 | 1.010,77 | 1.094,69 | 1.157,41 | 1.249,71 | 1.305,70 | 1.378,25 | 1.439,52 | 1.503,36 |
| Imprevistos 5% | 89,00 | 91,65 | 95,63 | 99,82 | 102,96 | 107,57 | 110,37 | 114,00 | 117,06 | 120,26 |
| Total costo de producción | 1.868,96 | 1.924,57 | 2.008,15 | 2.096,27 | 2.162,13 | 2.259,04 | 2.317,83 | 2.394,00 | 2.458,34 | 2.525,38 |
| TOTAL GASTO DE PRODUCCIÓN | 25.737,85 | 27.907,28 | 30.212,13 | 32.641,98 | 34.457,97 | 37.130,37 | 38.751,32 | 40.851,89 | 42.625,98 | 44.474,41 |
| GASTOS DE OPER. ADMINISTRATIVOS | | | | | | | | | | |
| Sueldos Administrativos | 12839,87 | 13.655,87 | 14.117,44 | 14.594,61 | 15.087,90 | 15.597,87 | 16.125,08 | 16.670,11 | 17.233,56 | 17.816,05 |
| Depreciación de Muebles y Enseres | 132,12 | 132,12 | 132,12 | 132,12 | 132,12 | 132,12 | 132,12 | 132,12 | 132,12 | 132,12 |
| Depreciación de Eq. de Computación | 371,13 | 371,13 | 371,13 | 429,82 | 429,82 | 429,82 | 497,57 | 497,57 | 497,57 | 575,74 |
| Depreciación Equipos de Oficina | 44,55 | 44,55 | 44,55 | 44,55 | 44,55 | 44,55 | 44,55 | 44,55 | 44,55 | 44,55 |
| Consumo Telefónico e Internet | 300,00 | 310,14 | 320,62 | 331,46 | 342,66 | 354,25 | 366,22 | 378,60 | 391,39 | 404,62 |
| Energía Eléctrica y Agua Potable (25%) | 375,30 | 387,99 | 401,10 | 414,66 | 428,67 | 443,16 | 458,14 | 473,62 | 489,63 | 506,18 |
| Arriendo | 4200,00 | 4341,96 | 4488,72 | 4640,44 | 4797,28 | 4959,43 | 5127,06 | 5300,36 | 5479,51 | 5664,71 |
| Imprevistos 5% | 913,15 | 962,19 | 993,78 | 1029,38 | 1063,15 | 1098,06 | 1137,54 | 1174,85 | 1213,42 | 1257,20 |
| Total Gastos Administrativos | 19.176,12 | 20.205,94 | 20.869,46 | 21.617,03 | 22.326,16 | 23.059,26 | 23.888,28 | 24.671,78 | 25.481,75 | 26.401,19 |
| GASTOS DE VENTAS | | | | | | | | | | |
| Sueldo para Ventas | 5840,63 | 6.206,63 | 6.416,41 | 6.633,29 | 6.857,49 | 7.089,28 | 7.328,89 | 7.576,61 | 7.832,70 | 8.097,44 |
| Promoción y Publicidad | 1375,20 | 1421,68 | 1469,73 | 1519,41 | 1570,77 | 1623,86 | 1678,75 | 1735,49 | 1794,15 | 1854,79 |
| Imprevistos 5% | 360,79 | 381,42 | 394,31 | 407,63 | 421,41 | 435,66 | 450,38 | 465,60 | 481,34 | 497,61 |
| Total Gastos de Ventas | 7.576,62 | 8.009,73 | 8.280,45 | 8.560,33 | 8.849,67 | 9.148,79 | 9.458,02 | 9.777,70 | 10.108,19 | 10.449,84 |
| GASTOS FINANCIEROS | | | | | | | | | | |
| Intereses por préstamo | 587 | 213 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total Gastos Financieros | 587 | 213 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL GASTO DE OPERACIÓN | 27.339,52 | 28.428,79 | 29.149,91 | 30.177,37 | 31.175,84 | 32.208,06 | 33.346,30 | 34.449,48 | 35.589,94 | 36.851,03 |
| COSTOS TOTALES DE PRODUCCION | 53.077,36 | 56.336,07 | 59.362,04 | 62.819,35 | 65.633,81 | 69.338,43 | 72.097,62 | 75.301,37 | 78.215,92 | 81.325,44 |

Análisis.-

Es preciso mencionar que en el presupuesto de costos se ha tomado en cuenta la Capacidad Utilizada y se han calculado los costos de acuerdo a la producción, en este caso al número de servicios que se brindarán por año, esto se lo ha realizado de esta manera ya que es lógico que los costos cambien de acuerdo a la cantidad de servicios. Y se ha aplicado a las proyecciones de costos variables.

A continuación en el Cuadro N. 89, se realizó la estructura de costos, determinando los costos fijos y variables.

Cuadro Nro. 92 Estructura de Costos

| DESCRIPCIÓN UNIDADES A PRODUCIR | Año 1 | | | Año 5 | | | Año 10 | | |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| UNIDADES A PRODUCIR | 11.357 | | | 13.104 | | | 14.414 | | |
| | FIJO | VARIABLE | C. TOTALES | FIJO | VARIABLE | C. TOTALES | FIJO | VARIABLE | C. TOTALES |
| COSTOS PRIMOS | | | | | | | | | |
| Materia Prima Directa | | 917,28 | | | 1.208,92 | | | 1.570,26 | |
| Materia Prima Indirecta | | 173,16 | | | 228,21 | | | 296,43 | |
| Mano de Obra Directa | | 22.778,45 | | | 30.858,71 | | | 40.082,35 | |
| Total costo primo | 0 | 23.868,89 | 23.868,89 | 0,00 | 32.295,84 | 32.295,84 | 0,00 | 41.949,03 | 41.949,03 |
| COSTOS INDIRECTOS | | | | | | | | | |
| Depreciación de Maquinaria | 738,00 | | | 738,00 | | | 738,00 | | |
| Energía Eléctrica y Agua Potable (75%) | 163,76 | | | 163,76 | | | 163,76 | | |
| Amortización de activos diferidos | | 878,20 | | | 1157,41 | | | 1503,36 | |
| Imprevistos 5% | 89,00 | | | 102,96 | | | 120,26 | | |
| Total costo de producción | 990,75 | 878,20 | 1.868,96 | 1.004,72 | 1.157,41 | 2.162,13 | 1.022,01 | 1.503,36 | 2.525,38 |
| TOTAL GASTO DE PRODUCCIÓN | | | 25.737,85 | | | 34.457,97 | | | 44.474,41 |
| GASTOS DE OPER. ADMINISTRATIVOS | | | | | | | | | |
| Sueldos Administrativos | 12.839,87 | | | 15.087,90 | | | 17.816,05 | | |
| Depreciación de Muebles y Enseres | 132,12 | | | 132,12 | | | 132,12 | | |
| Depreciación de Eq. de Computación | 371,13 | | | 429,82 | | | 575,74 | | |
| Depreciación Equipos de Oficina | 44,55 | | | 44,55 | | | 44,55 | | |
| Consumo Telefónico e Internet | 300,00 | | | 342,66 | | | 404,62 | | |
| Energía Eléctrica y Agua Potable (25%) | 375,30 | | | 428,67 | | | 506,18 | | |
| Arriendo | 4200,00 | | | 4.797,28 | | | 5.664,71 | | |
| Imprevistos 5% | 913,15 | | | 1.063,15 | | | 1.257,20 | | |
| Total Gastos Administrativos | 19.176,12 | 0 | 19.176,12 | 22.326,16 | 0 | 22.326,16 | 26.401,19 | 0 | 26.401,19 |
| GASTOS DE VENTAS | | | | | | | | | |
| Sueldo para Ventas | 5.840,63 | | | 6.857,49 | | | 8.097,44 | | |
| Promoción y Publicidad | 1.375,20 | | | 1.570,77 | | | 1.854,79 | | |
| Imprevistos 5% | 360,79 | | | 421,41 | | | 497,61 | | |
| Total Gastos de Ventas | 7.576,62 | 0 | 7.576,62 | 8.849,67 | 0 | 8.849,67 | 10.449,84 | 0 | 10.449,84 |
| GASTOS FINANCIEROS | | | | | | | | | |
| Intereses por préstamo | 587,00 | | | 0,00 | | | 0,00 | | 213,12 |
| Total Gastos Financieros | 587,00 | | 587,00 | 0,00 | | 0,00 | 0,00 | | 0,00 |
| TOTALES | 28.330,27 | 24.747,09 | 53.077,36 | 32.180,55 | 33.453,26 | 65.633,81 | 37.873,05 | 43.452,39 | 81.325,44 |

Cuadro Nro. 93 Costo Total

| COSTO DE PRODUCCIÓN | |
|-----------------------------------|------------------|
| COSTOS PRIMOS | 23.868,89 |
| GASTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN | 1.868,96 |
| TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN | 25.737,85 |
| COSTOS DE OPERACIÓN | |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | 19.176,12 |
| GASTOS DE VENTAS | 7.576,62 |
| GASTOS FINANCIEROS | 587,00 |
| TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN | 27.339,74 |
| COSTO TOTAL | 53.077,59 |

Fuente: Cuadro Nro. 92

Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

DETERMINACIÓN DEL COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

El costo unitario se determinó aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{CUP: } \frac{\text{Costo Total}}{\text{Nro. Unidades}}$$

$$\text{CUP: } \frac{53.077,59}{11.357}$$

Cuadro Nro. 94 Costo Unitario de Producción

| Años | Costo de Operación | Capacidad Utilizada | Costo Unitario de Fabricación |
|-------------|---------------------------|----------------------------|--------------------------------------|
| 1 | 53.077,36 | 11.357 | 4,67 |
| 2 | 56.336,07 | 11.648 | 4,84 |
| 3 | 59.362,04 | 12.230 | 4,85 |
| 4 | 62.819,35 | 12.813 | 4,90 |
| 5 | 65.633,81 | 13.104 | 5,01 |
| 6 | 69.338,43 | 13.686 | 5,07 |
| 7 | 72.097,62 | 13.832 | 5,21 |
| 8 | 75.301,37 | 14.123 | 5,33 |
| 9 | 78.215,92 | 14.269 | 5,48 |
| 10 | 81.325,44 | 14.414 | 5,64 |

Fuente: Cuadro Nro. 92 y 41.

Elaboración: María Stefania Astudillo Rivas.

Precio de Venta

El porcentaje de utilidad es el 25% para cada año.

Cuadro Nro. 95 Costo Unitario de Producción

| Años | Costo Unitario de Fabricación | 20% de Utilidad | Precio de Venta |
|-------------|--------------------------------------|------------------------|------------------------|
| 1 | 4,67 | 1,17 | 5,84 |
| 2 | 4,84 | 1,21 | 6,05 |
| 3 | 4,85 | 1,21 | 6,07 |
| 4 | 4,90 | 1,23 | 6,13 |
| 5 | 5,01 | 1,25 | 6,26 |
| 6 | 5,07 | 1,27 | 6,33 |
| 7 | 5,21 | 1,30 | 6,52 |
| 8 | 5,33 | 1,33 | 6,66 |
| 9 | 5,48 | 1,37 | 6,85 |
| 10 | 5,64 | 1,41 | 7,05 |

Fuente: Cuadro Nro. 94

Elaboración: María Stefania Astudillo Rivas.

Cuadro Nro. 96 Ingresos Y Ventas Anuales

| Años | Precio de Venta | Capacidad Utilizada | Ingresos |
|-------------|------------------------|----------------------------|-----------------|
| 1 | 5,84 | 11.356,80 | 66.346,70 |
| 2 | 6,05 | 11.648,00 | 70.420,09 |
| 3 | 6,07 | 12.230,40 | 74.202,55 |
| 4 | 6,13 | 12.812,80 | 78.524,19 |
| 5 | 6,26 | 13.104,00 | 82.042,26 |
| 6 | 6,33 | 13.686,40 | 86.673,03 |
| 7 | 6,52 | 13.832,00 | 90.122,02 |
| 8 | 6,66 | 14.123,20 | 94.126,71 |
| 9 | 6,85 | 14.268,80 | 97.769,90 |
| 10 | 7,05 | 14.414,40 | 101.656,80 |

Fuente: Cuadro Nro. 41 y 95.

Elaboración: María Stefania Astudillo Rivas.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el punto de producción en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la lavadora por tanto no existe ni pérdida ni ganancias, en conclusión es donde se equilibran los costos y los ingresos.

Nos permite tomar decisiones en base al nivel de producción en el que el proyecto no pierde ni gana, cuando los costos fijos y variables son igual a los ingresos; este es el punto de equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO 1

a) Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada.

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{28.330,27}{66.346,70 - 24.747,09} \times 100$$

$$PE = 68\%$$

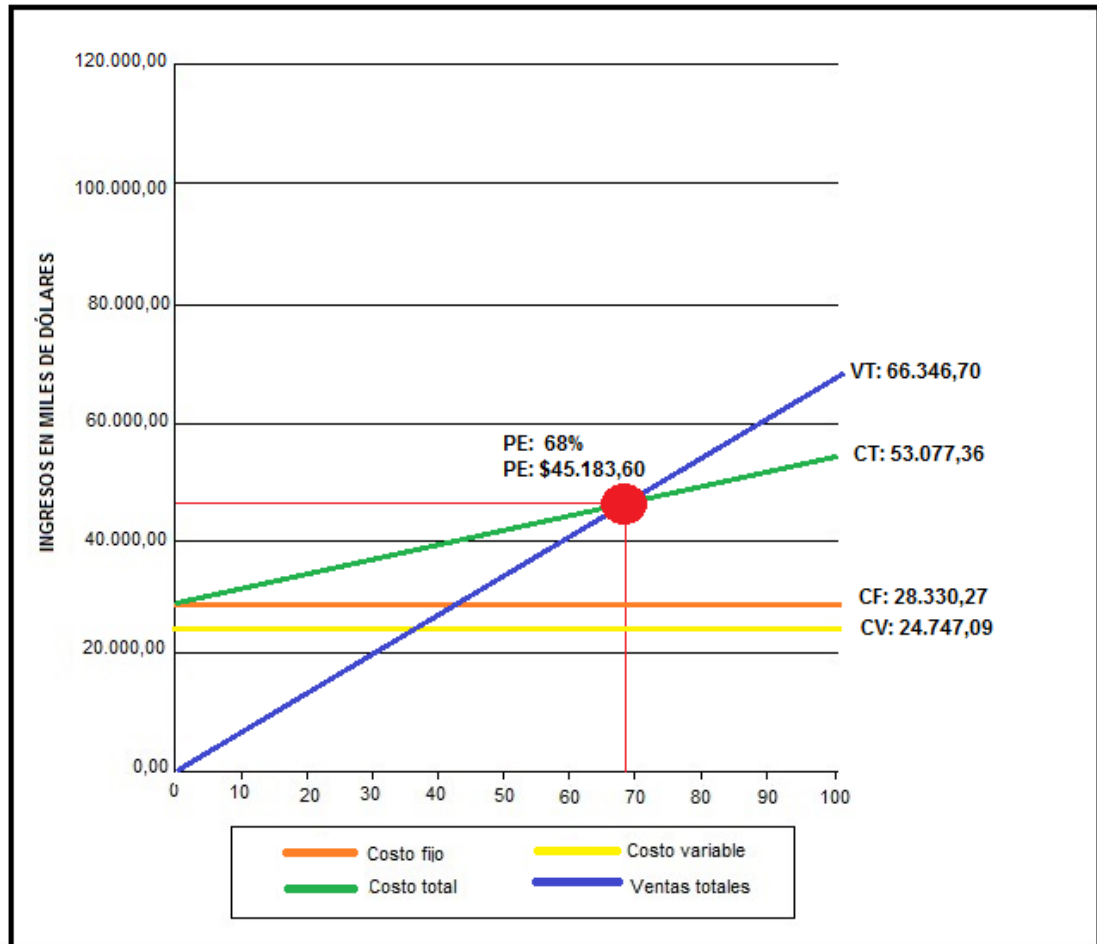
b) Punto de equilibrio en función a las ventas.

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \text{Costo Variable} / \text{Ventas Totales}}$$

$$PE = \frac{28.330,27}{1 - 24.747,09 / 66.346,70}$$

$$PE = 45.183,60$$

Gráfica Nro. 47 Punto de Equilibrio Año 1



ANÁLISIS:

El punto de equilibrio para el año 1 se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del **68%**, tiene ventas de **45.183,60** dólares.

AÑO 5

a) Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada.

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{32.180,55}{82.042,26 - 33.453,26} \times 100$$

$$PE = 66\%$$

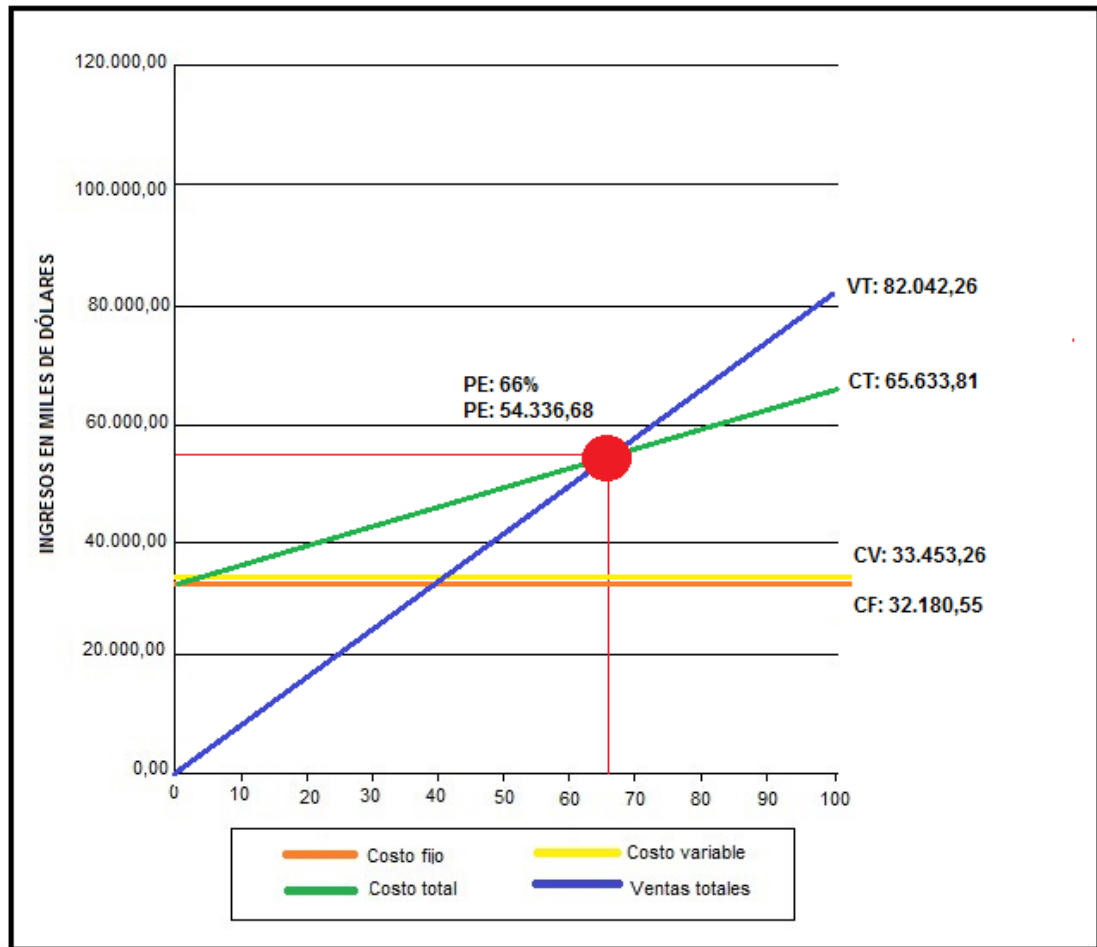
b) Punto de equilibrio en función a las ventas.

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \text{Costo Variable} / \text{Ventas Totales}}$$

$$PE = \frac{32.180,55}{1 - 33.453,26 / 82.042,26}$$

$$PE = 54.336,68$$

Gráfica Nro. 48 Punto de Equilibrio Año 5



ANÁLISIS:

El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del **66%**, tiene ventas de **54.336,68** dólares.

AÑO 10

c) Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada.

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{37.873,05}{101.656,80 - 43.452,39} \times 100$$

$$PE = 65\%$$

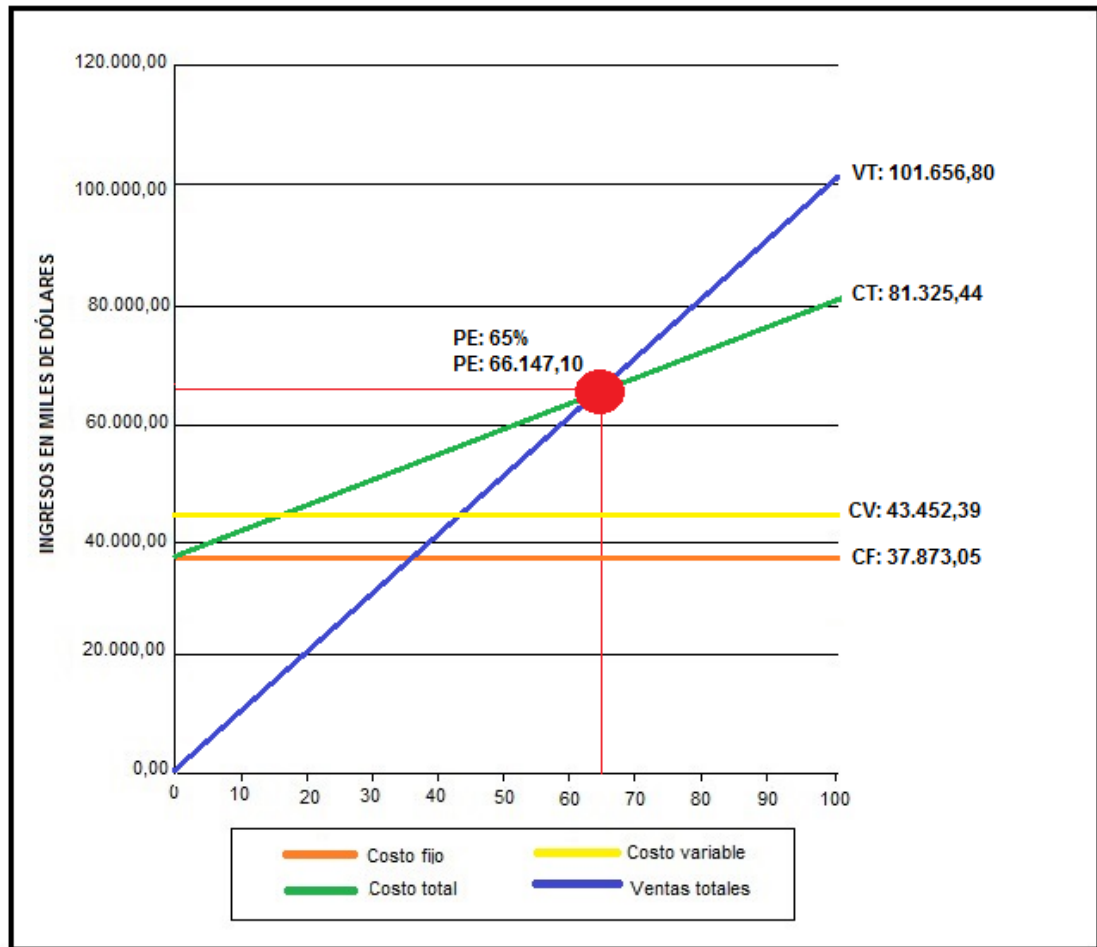
d) Punto de equilibrio en función a las ventas.

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \text{Costo Variable} / \text{Ventas Totales}}$$

$$PE = \frac{37.873,05}{1 - 43.452,39 / 101.656,80}$$

$$PE = 66.147,10$$

Gráfica Nro. 49 Punto de Equilibrio Año 10



ANÁLISIS:

El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del **65%**, tiene ventas de **66.147,10** dólares.

Cuadro Nro. 97 Estado de Pérdidas y Ganancias

| CONCEPTO | AÑO1 | AÑO2 | AÑO3 | AÑO4 | AÑO5 | AÑO6 | AÑO7 | AÑO8 | AÑO9 | AÑO10 |
|---------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| INGRESOS | | | | | | | | | | |
| Ingreso por Ventas | 66.346,70 | 70.420,09 | 74.202,55 | 78.524,19 | 82.042,26 | 86.673,03 | 90.122,02 | 94.126,71 | 97.769,90 | 101.656,80 |
| Total de ingresos | 66.346,70 | 70.420,09 | 74.202,55 | 78.524,19 | 82.042,26 | 86.673,03 | 90.122,02 | 94.126,71 | 97.769,90 | 101.656,80 |
| EGRESOS | | | | | | | | | | |
| Costo de Operación | 53.077,36 | 56.336,07 | 59.362,04 | 62.819,35 | 65.633,81 | 69.338,43 | 72.097,62 | 75.301,37 | 78.215,92 | 81.325,44 |
| Utilidad bruta en Ventas | 13.269,34 | 14.084,02 | 14.840,51 | 15.704,84 | 16.408,45 | 17.334,61 | 18.024,40 | 18.825,34 | 19.553,98 | 20.331,36 |
| 15% Utilidad a trabajadores (-) | 1.990,40 | 2.112,60 | 2.226,08 | 2.355,73 | 2.461,27 | 2.600,19 | 2.703,66 | 2.823,80 | 2.933,10 | 3.049,70 |
| | 11.278,94 | 11.971,41 | 12.614,43 | 13.349,11 | 13.947,18 | 14.734,42 | 15.320,74 | 16.001,54 | 16.620,88 | 17.281,66 |
| 22% Impuesta a la Renta (-) | 2.481,37 | 2.633,71 | 2.775,18 | 2.936,80 | 3.068,38 | 3.241,57 | 3.370,56 | 3.520,34 | 3.656,59 | 3.801,96 |
| | 8.797,57 | 9.337,70 | 9.839,26 | 10.412,31 | 10.878,80 | 11.492,84 | 11.950,18 | 12.481,20 | 12.964,29 | 13.479,69 |
| 10% Reserva Legal (-) | 879,76 | 933,77 | 983,93 | 1.041,23 | 1.087,88 | 1.149,28 | 1.195,02 | 1.248,12 | 1.296,43 | 1.347,97 |
| Total de Egresos | 58.428,89 | 62.016,15 | 65.347,22 | 69.153,11 | 72.251,34 | 76.329,47 | 79.366,86 | 82.893,63 | 86.102,04 | 89.525,08 |
| UTILIDAD LÍQUIDA DEL EJERCICIO | 7.917,82 | 8.403,93 | 8.855,33 | 9.371,08 | 9.790,92 | 10.343,56 | 10.755,16 | 11.233,08 | 11.667,86 | 12.131,72 |

Fuente: Cuadro Nro. 91 y 96

Elaboración: María Stefania Astudillo Rivas.

EVALUACIÓN FINANCIERA

Cuadro Nro. 98 Flujo de caja proyectada

| CONCEPTO | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO2 | AÑO3 | AÑO4 | AÑO5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| INGRESOS | | | | | | | | | | | |
| Ventas | | 66.346,70 | 70.420,09 | 74.202,55 | 78.524,19 | 82.042,26 | 86.673,03 | 90.122,02 | 94.126,71 | 97.769,90 | 101.656,80 |
| Valor Residuales | | | | 556,61 | | | 643,77 | | | 715,24 | 287,83 |
| Pago de Capital | 19.116,84 | | | | | | | | | | |
| Total de ingresos | 19.116,84 | 66.346,70 | 70.420,09 | 74.759,16 | 78.524,19 | 82.042,26 | 87.316,80 | 90.122,02 | 94.126,71 | 98.485,14 | 101.944,63 |
| EGRESOS | | | | | | | | | | | |
| Activo Fijo | 12.508,65 | | | | | | | | | | |
| Activo Diferido | 1.637,57 | | | | | | | | | | |
| Activo Circulante | 4.970,62 | | | | | | | | | | |
| Costo de Operación | | 53.077,36 | 56.336,07 | 59.362,04 | 62.819,35 | 65.633,81 | 69.338,43 | 72.097,62 | 75.301,37 | 78.215,92 | 81.325,44 |
| Reinversión | | | | | 1.933,23 | | | 2.237,96 | | | 2.590,72 |
| Total de egresos | | 53.077,36 | 56.336,07 | 59.362,04 | 64.752,58 | 65.633,81 | 69.338,43 | 74.335,58 | 75.301,37 | 78.215,92 | 83.916,16 |
| 15% Partp. de Utilidades (-) | | 1.990,40 | 2.112,60 | 2.226,08 | 2.355,73 | 2.461,27 | 2.600,19 | 2.703,66 | 2.823,80 | 2.933,10 | 3.049,70 |
| 22% Impuesto a la Renta(-) | | 2.481,37 | 2.633,71 | 2.775,18 | 2.936,80 | 3.068,38 | 3.241,57 | 3.370,56 | 3.520,34 | 3.656,59 | 3.801,96 |
| Utilidad (=) | 19.116,84 | 57.549,13 | 61.082,38 | 64.363,29 | 70.045,11 | 71.163,46 | 75.180,19 | 80.409,80 | 81.645,51 | 84.805,61 | 90.767,83 |
| Depreciaciones (+) | | 1.285,80 | 1.285,80 | 1.285,80 | 1.344,49 | 1.344,49 | 1.344,49 | 1.412,24 | 1.412,24 | 1.412,24 | 1.490,41 |
| Amortización (+) | | 163,76 | 163,76 | 163,76 | 163,76 | 163,76 | 163,76 | 163,76 | 163,76 | 163,76 | 163,76 |
| FLUJO NETO DE CAJA | 0,00 | 7.348,02 | 7.888,15 | 8.946,31 | 6.970,83 | 9.370,55 | 10.628,37 | 8.136,22 | 10.905,20 | 12.103,53 | 9.522,63 |

Fuente: Cuadro Nro. 91, 96 y 97.

Elaboración: María Stefania Astudillo Rivas

VALOR ACTUAL NETO

Para sacar el VAN se aplica la siguiente fórmula.

$$\text{VAN} = \sum \text{Flujo Neto de Caja} - \text{Inversión}$$

Cuadro Nro. 99 Valor Actual Neto

| Año | Flujo neto | Factor Actualización. 15% | Valor actualizado |
|------------------|-------------------|--------------------------------------|--------------------------|
| | 19.116,84 | | |
| 1 | 7.348,02 | 0,86956522 | 6.389,58 |
| 2 | 7.888,15 | 0,75614367 | 5.964,57 |
| 3 | 8.946,31 | 0,65751623 | 5.882,35 |
| 4 | 6.970,83 | 0,57175325 | 3.985,59 |
| 5 | 9.370,55 | 0,49717674 | 4658,82 |
| 6 | 10.628,37 | 0,43232760 | 4.594,94 |
| 7 | 8.136,22 | 0,37593704 | 3.058,71 |
| 8 | 10.905,20 | 0,32690177 | 3.564,93 |
| 9 | 12.103,53 | 0,24718471 | 2.991,81 |
| 10 | 9.522,63 | 0,28426241 | 2.706,93 |
| Total | | | 43.798,22 |
| Inversión | | | 19.116,84 |
| Van | | | 24.681,38 |

Fuente: Cuadro Nro. 98

Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

El VAN es 24.681,38. Es un valor positivo por lo tanto si es conveniente realizar este proyecto.

Cuadro Nro. 100 Relación Beneficio Costo (B/C)

| Año | Costo Total Original | Factor Actualización | Costo Actualizado | Ingreso Original | Factor Actualización | Ingreso Actualizado |
|----------------|-----------------------------|-----------------------------|--------------------------|-------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| | | 15% | | | 15% | |
| 1 | 53.077,36 | 0,8695652 | 46.154,23 | 66.346,70 | 0,8695652 | 57.692,78 |
| 2 | 56.336,07 | 0,7561437 | 42.598,16 | 70.420,09 | 0,7561437 | 53.247,70 |
| 3 | 59.362,04 | 0,6575162 | 39.031,51 | 74.202,55 | 0,6575162 | 48.789,38 |
| 4 | 62.819,35 | 0,5717532 | 35.917,17 | 78.524,19 | 0,5717532 | 44.896,46 |
| 5 | 65.633,81 | 0,4971767 | 32.631,60 | 82.042,26 | 0,4971767 | 40.789,50 |
| 6 | 69.338,43 | 0,4323276 | 29.976,92 | 86.673,03 | 0,4323276 | 37.471,14 |
| 7 | 72.097,62 | 0,3759370 | 27.104,17 | 90.122,02 | 0,3759370 | 33.880,21 |
| 8 | 75.301,37 | 0,3269018 | 24.616,15 | 94.126,71 | 0,3269018 | 30.770,19 |
| 9 | 78.215,92 | 0,2842624 | 22.233,85 | 97.769,90 | 0,2842624 | 27.792,31 |
| 10 | 81.325,44 | 0,2471847 | 20.102,40 | 101.656,80 | 0,2471847 | 25.128,01 |
| TOTALES | | | 320.366,15 | | | 400.457,69 |

Fuente: Cuadro Nro. 91 y 96

Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

$$R (B/C). = \frac{\text{Ingreso Actualizado}}{\text{Costo Actualizado}}$$

$$R (B/C). = \frac{400.457,69}{320.366,15}$$

$$R (B/C). = 1.25 \text{ dólares}$$

Análisis.- Por cada dólar invertido se obtendrá 0,25 centavos de rentabilidad o utilidad.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Cuadro Nro. 101 Periodo de Recuperación de Capital (PCR)

| AÑO | INVERSIÓN | FLUJO NETO | FLUJO ACUMULADO |
|-----|-----------|------------|-----------------|
| 0 | 19.116,84 | | |
| 1 | | 7.348,02 | 7.348,02 |
| 2 | | 7.888,15 | 15.236,16 |
| 3 | | 8.946,31 | 24.182,47 |
| 4 | | 6.970,83 | 31.153,30 |
| 5 | | 9.370,55 | 40.523,86 |
| 6 | | 10.628,37 | 51.152,22 |
| 7 | | 8.136,22 | 59.288,44 |
| 8 | | 10.905,20 | 70.193,65 |
| 9 | | 12.103,53 | 82.297,17 |
| 10 | | 9.522,63 | 91.819,81 |

Fuente: Cuadro Nro. 98

Elaboración: María Stefanía Astudillo Rivas.

$$PCR = \text{Año que supera la Inversión} + \left(\frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo Neto del año que supera la Inversión}} \right)$$

$$PCR = 3 + \frac{(19.116,84 - 15.236,16)}{8.946,31}$$

$$PCR = 3,43 = 3 \text{ Año}$$

$$PCR = 0,43 \times 12 \text{ (Meses)} = 5,16 = 5 \text{ Mes}$$

$$PCR = 0,16 \times 30 \text{ (Días)} = 4,8 = 4 \text{ Días}$$

TASA INTERNA DE RETORNO

Cuadro Nro. 102 Tasa Interna de Retorno

| Año | Flujo Neto | Factor Actualización 16% | VAN Menor | Factor Actualización 17% | VAN Mayor |
|-----|------------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|-------------------|
| | 19.116,84 | | -19.116,84 | | -19.116,84 |
| 1 | 7.348,02 | 0,86206897 | 12782,34 | 0,85470085 | 12836,48 |
| 2 | 7.888,15 | 0,74316290 | 6920,16 | 0,73051355 | 7074,08 |
| 3 | 8.946,31 | 0,64065767 | 1188,64 | 0,62437056 | 1488,27 |
| 4 | 6.970,83 | 0,55229110 | -2661,29 | 0,53365005 | -2231,72 |
| 5 | 9.370,55 | 0,47611302 | -7122,73 | 0,45611115 | -6505,73 |
| 6 | 10.628,37 | 0,41044225 | -11485,06 | 0,38983859 | -10649,08 |
| 7 | 8.136,22 | 0,35382953 | -14363,90 | 0,33319538 | -13360,03 |
| 8 | 10.905,20 | 0,30502546 | -17690,26 | 0,28478237 | -16465,64 |
| 9 | 12.103,53 | 0,26295298 | -20872,92 | 0,24340374 | -19411,68 |
| 10 | 9.522,63 | 0,22668360 | -23031,55 | 0,20803738 | -21392,74 |
| | | VAN Tm | 23031,55 | VAN TM | -21392,74 |

Elaboración: María Stefania Astudillo Rivas.

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

$$TIR = 16 + 1 \left(\frac{23031,55}{23031,55 - (-21392,74)} \right)$$

$$TIR = 16,52$$

ANÁLISIS.- El proyecto se acepta por cuanto el TIR es mayor al costo del capital.

Cuadro Nro. 103 Análisis de Sensibilidad con un Incremento de los Gastos 10%

| Año | Costo original | Costo total original | Ingreso original | Flujo neto | Actualización | | | |
|-----|----------------|----------------------|------------------|------------------|----------------------|-------------------|-------------------------|-------------------|
| | | Aumentado | | | Factor actualización | Valor actual | Factor de actualización | Valor actual |
| | | 10% | | | | | | |
| | | | | 19.116,84 | | -19.116,84 | | -19.116,84 |
| 1 | 53.077,36 | 58385,10 | 66.346,70 | 0,8797396 | 7961,60 | 12112,70 | 0,8720677 | 12173,78 |
| 2 | 56.336,07 | 61969,68 | 70.420,09 | 0,7739418 | 8450,41 | 5572,57 | 0,7605020 | 5747,22 |
| 3 | 59.362,04 | 65298,25 | 74.202,55 | 0,6808672 | 8904,31 | -490,08 | 0,6632092 | -158,19 |
| 4 | 62.819,35 | 69101,29 | 78.524,19 | 0,5989858 | 9422,90 | -6134,26 | 0,5783633 | -5608,06 |
| 5 | 65.633,81 | 72197,19 | 82.042,26 | 0,5269516 | 9845,07 | -11322,14 | 0,5043720 | -10573,63 |
| 6 | 69.338,43 | 76272,27 | 86.673,03 | 0,4635802 | 10400,76 | -16143,73 | 0,4398465 | -15148,37 |
| 7 | 72.097,62 | 79307,38 | 90.122,02 | 0,4078298 | 10814,64 | -20554,26 | 0,3835759 | -19296,61 |
| 8 | 75.301,37 | 82831,51 | 94.126,71 | 0,3587840 | 11295,21 | -24606,80 | 0,3345041 | -23074,90 |
| 9 | 78.215,92 | 86037,51 | 97.769,90 | 0,3156365 | 11732,39 | -28309,97 | 0,2917102 | -26497,36 |
| 10 | 81.325,44 | 89457,98 | 101.656,80 | 0,2776780 | 12198,82 | -31697,31 | 0,2543911 | -29600,63 |
| | | | | | VAN Tm | 31697,31 | VAN TM | -29600,63 |

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

NTIR = 14,19

Diferencias TIR = TIR Proyecto – Nueva TIR

Diferencia TIR = 16,532 – 14,19

Diferencia TIR = 2,33

$$\text{Porcentaje de Variación} = \frac{\text{Diferencias TIR}}{\text{TIR Proyecto}}$$

Porcentaje de Variación = $\frac{2,33}{16,52} \times 100$

Porcentaje de Variación = 14,11

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\text{Porcentaje de Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

Sensibilidad = $\frac{14,11}{14,19}$

Sensibilidad = 0.99

El índice de sensibilidad es menor a uno, significa que el proyecto no es sensible a un INCREMENTO del 10% en los gastos.

Cuadro Nro. 104 Análisis de Sensibilidad con un Decremento de los Ingresos 10%

| Año | Ingreso original | Ingreso total original | Costo original | Flujo neto | Actualización | | | | |
|-----|------------------|------------------------|----------------|------------------|----------------------|-------------------|-------------------------|-------------------|------------------|
| | | Disminuido | | | Factor actualización | Valor actual | Factor de actualización | Valor actual | |
| | | 10% | | | | | | | 13,67% |
| | | | | 19.116,84 | | -19.116,84 | | -19.116,84 | |
| 1 | 66.346,70 | 59712,03 | 53.077,36 | 0,8797396 | 6634,67 | 13280,05 | 0,8720677 | 13330,95 | |
| 2 | 70.420,09 | 63378,08 | 56.336,07 | 0,7739418 | 7042,01 | 7829,95 | 0,7605020 | 7975,49 | |
| 3 | 74.202,55 | 66782,30 | 59.362,04 | 0,6808672 | 7420,26 | 2777,74 | 0,6632092 | 3054,31 | |
| 4 | 78.524,19 | 70671,77 | 62.819,35 | 0,5989858 | 7852,42 | -1925,75 | 0,5783633 | -1487,24 | |
| 5 | 82.042,26 | 73838,03 | 65.633,81 | 0,5269516 | 8204,23 | -6248,98 | 0,5043720 | -5625,22 | |
| 6 | 86.673,03 | 78005,73 | 69.338,43 | 0,4635802 | 8667,30 | -10266,97 | 0,4398465 | -9437,51 | |
| 7 | 90.122,02 | 81109,82 | 72.097,62 | 0,4078298 | 9012,20 | -13942,41 | 0,3835759 | -12894,37 | |
| 8 | 94.126,71 | 84714,04 | 75.301,37 | 0,3587840 | 9412,67 | -17319,53 | 0,3345041 | -16042,95 | |
| 9 | 97.769,90 | 87992,91 | 78.215,92 | 0,3156365 | 9776,99 | -20405,50 | 0,2917102 | -18895,00 | |
| 10 | 101.656,80 | 91491,12 | 81.325,44 | 0,2776780 | 10165,68 | -23228,29 | 0,2543911 | -21481,05 | |
| | | | | | | VAN Tm | 23228,29 | VAN TM | -21481,05 |

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

NTIR = 14,19

Diferencias TIR = TIR Proyecto – Nueva TIR

Diferencia TIR = 16,52 – 14,19

Diferencia TIR = 2,33

$$\text{Porcentaje de Variación} = \frac{\text{Diferencias TIR}}{\text{TIR Proyecto}}$$

Porcentaje de Variación = $\frac{2,33}{16,52} \times 100$

Porcentaje de Variación = 14,10

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\text{Porcentaje de Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

Sensibilidad = $\frac{14,10}{14,19}$

Sensibilidad = 0.99

El índice de sensibilidad es menor a uno, significa que el proyecto no es sensible a un DECREMENTO del 10% en los ingresos.

h. CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos en la presente investigación, permitieron establecer las siguientes conclusiones:

- ✓ La puesta en marcha del presente proyecto de una empresa dedicada al servicio de lavado en seco de prendas de vestir para la ciudad de Zamora, si es factible; por los resultados obtenidos tanto en el Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Organización Legal y Administrativa, Estudio Financiero y Evaluación Económica.
- ✓ Gran aceptación por para este proyecto, ya que existe una demanda insatisfecha de 13.7114 para el primer año, a pesar de que existen otras empresas que se dedican a ofrecer este servicio.
- ✓ Las personas se sienten motivadas por la idea de la implementación de ésta nueva empresa, que ofrecerá un servicio que no existe en la ciudad, como lo es el lavado en seco de las prendas de vestir.
- ✓ De acuerdo a la capacidad instalada en el primer año de vida de la empresa, se producirá 14.560 kilos en lavadas en el primer año
- ✓ La razón social de la empresa será “The Laundry Service” COMPAÑÍA LIMITADA.
- ✓ Para la ubicación de La lavadora “The Laundry Service”, se realizó una matriz de ponderación por puntos, en la que teniendo en cuenta os distintos factores de localización, estableció como resultado la opción más óptima como lo es en la calle Francisco de Orellana entre Sevilla de Oro y Diego de Vaca.
- ✓ El presupuesto para el siguiente proyecto es de 19.116,84, el mismo que estará dividido el 47,69% como aporte de los socios y el 52,31%

por parte de un crédito que se obtendrá del Banco de Loja.

- ✓ El Valor Actual Neto para el proyecto es de \$24.681,38, el mismo que por ser un valor positivo, demuestra la factibilidad del proyecto.
- ✓ En el análisis de la Relación Beneficio Costo que se obtuvo demuestra que por cada dólar que se invierta se obtendrá 0,25 centavos de ganancia.
- ✓ El Período de Recuperación de Capital será de 3 años, 5 meses y 4 días, así como la Tasa Interna de Retorno; que es positiva al ser mayor que el costo de capital.
- ✓ Finalmente el Análisis de sensibilidad para el incremento y decremento, ambos con el 10%, indica que el proyecto no es sensible en los 10 años de vida del mismo.
- ✓ El proyecto aporta con fuentes de trabajo para la ciudad de Zamora, de esta forma se aporta al desarrollo de la industria, así como al desarrollo del país.

i. RECOMENDACIONES

Luego de haber concluido la investigación se pueden recomendar los siguientes aspectos:

- ✓ Con el paso de los años, se puede invertir en más maquinaria, con el fin de hacer más eficiente y eficaz el servicio.
- ✓ Tomar en cuenta las recomendaciones de los usuarios, para mejorar en cualquier aspecto.
- ✓ Capacitar constantemente a los empleados, con el propósito de que mantengan el propósito de mantener y cuidar las prendas de vestir.
- ✓ Estar constantemente indagando a cerca de nuevas tecnologías, con el fin de tomar decisiones estratégicas que favorezcan a la empresa.

j. BIBLIOGRAFÍA

- BACA URBINA, Gabriel. (2008), Evaluación de Proyectos, Cuarta edición, Editorial McGraw Hill, Colombia, P. 45.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008)
- Guzmán, F. (2011). Proyecto de inversión de ingeniería, metodología. México: Editorial Limusa.
- HERNANDEZ, Abraham, (2009), Op. Cit., P. 157.
- Herrera, F., & Velazco, C. (2013). Fundamentos de análisis económico. Turrialba: Bib. Orton IICA
- Leiva, J. (2012). Los emprendedores y la creación de empresas. San José: Editorial Tecnológica de CR.
- Mankiw, G., & Rabasco, E. (2011). Principios de economía. (I., Toharia, Trad). Editorial Paraninfo.
- MIRANDA MIRANDA, Juan José, (2009), Op. Cit., P. 61
- Pardo, J. (2012). Configuración y usos de un mapa de procesos. Madrid: AENOR-Asociación Española de Normalización y Certificación.
- Rodríguez, S., Fernández, A., Romero, I. (2013). La gestión integral de proyectos. Madrid, España: Universidad Pontificia Comillas.
- SAPAG CHAIN, Nassir y SAPAG CHAIN, Reinaldo, (2009). Op. Cit., P. 206.
- Sinisterra, G., & Polanco, L. (2010). Contabilidad administrativa. Cali, Colombia ECOE EDICIONES.
- VARELA, Rodrigo, (2008), Innovación Empresarial, Segunda Edición, Editorial McGraw Hill, Bogotá Colombia, P. 159.

- Vargas, C. (2011). Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera-económica-social-ambiental. Madrid:MMEditores

Páginas de Internet

- González, G. (Febrero de 2012). Manual de funciones. Obtenido de manual de funciones:
- <http://gilbertogonzalezsanchez.files.wordpress.com/2012/10/trabajo-3-definicion-del-manual-de-funciones.pdf>
- Hernández, R.P. (11 de 12 de 2008). Slideshare. Obtenido de Financiamiento del proyecto: <http://es.slideshare.net/aurora1234/financiamiento-del-proyecto-111-presentation>
- Varela. (27 de Septiembre de 2010). Estudio de factibilidad y proyectos. Recuperado el 18 de Abril de 2015, de factibilidad y viabilidad: <http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html>
- <http://todosobreproyectos.blogspot.com>
- http://siloxatec.com/ESP/SISTEMA_A_FONDO.htm
- <http://www.ecolaundryecuador.com>
- www.inec.gob.ec
- www.gestiopolis.com/proyectos_inversion/estudio_financiero.html
- <http://e-tecnico.webnode.es/servicios/>
- <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>

k. ANEXOS

Anexo 1

ENCUESTA



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**

Sr. usuario:

Le solicitamos de la manera más cordial, nos proporcione información contestando el siguiente cuestionario, lo cual servirá para la elaboración del proyecto de tesis denominado “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL SERVICIO DE LAVADO EN SECO DE PRENDAS DE VESTIR PARA LA CIUDAD DE ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”.

1. ¿Cuáles son sus ingresos económicos mensuales?

- 0 - 354 Dólares ()
- 355 - 600 Dólares ()
- 601 - 1000 Dólares ()
- 1501 - 1500 Dólares ()
- 1501 más Dólares ()

2. De las siguientes opciones, señale de qué forma lava sus prendas

- Manualmente ()
- Automáticamente ()

3. Si la respuesta a la pregunta 2, fue automáticamente, señale de qué forma

| | |
|--------------------|--|
| Lavado Personal | |
| Servicio de Lavado | |

4. ¿Existen empresas dedicadas al servicio de lavado de prendas de vestir?

- Si ()
- No ()

5.¿Cuántas veces al mes utiliza el servicio de lavado de prendas de vestir?

- De 1 a 2 veces ()
- De 3 a 4 veces ()
- De 5 a 6 veces ()

6.¿Cómo califica el lavado de sus prendas de vestir?

| Excelente | Bueno | Malo |
|-----------|-------|------|
| | | |

7.¿Cuánto ha gastado en sus lavadas?

- 6.00 – 12,00 ()
- 12,01 – 18,00 ()
- Más de 18,00 ()

8.¿Conoce Usted ha cerca del servicio de lavado en seco de prendas de vestir?

- Si ()
- No ()

9.Si su respuesta a la Pregunta 8, es afirmativa, señale de entre las siguientes opciones que beneficios conoce de este tipo de lavado

| | |
|--|--|
| Las prendas se mantienen como nuevas, no se encogen, disolución de manchas | |
| Es un servicio costoso | |
| Lavado Normal de prendas de vestir | |

10.¿Si se instalara en la Ciudad de Zamora una empresa dedicada al lavado en seco de prendas de vestir que le brinde economía, rapidez, excelente servicio y sobre todo alargue la vida de sus prendas, haría uso de sus servicios?

- Si ()
- No ()

11.¿Cuánto pagaría por el servicio de lavado normal de sus prendas de vestir?

- 6.00 – 12,00 ()
- 12,01 – 18,00 ()
- Más de 18,00 ()

12. ¿Qué lugar considera Ud. más conveniente para la ubicación de la empresa que brinde el servicio de lavado en seco de sus prendas de vestir?

- Sector céntrico ()
- Entrada a la ciudad ()
- Afuera de la ciudad ()

13.¿Qué promociones le gustaría recibir por parte de la empresa?

- Servicio a Domicilio ()
- Descuentos ()
- Dos por uno ()

14.¿En qué medios le gustaría que la empresa realice la publicidad de la lavadora de prendas de vestir?

- Televisión ()
- Hojas volantes ()
- Prensa Escrita ()
- Redes sociales ()
- Radio ()

15.Si su respuesta a la pregunta 14, fue radio, seleccione por cuál de las siguientes le gustaría escuchar la publicidad. Y en qué horarios.

- Integración ()
- La Voz de Zamora ()
- Amazonas ()
- JC La Bruja ()
- Laser Estéreo ()
- Podocarpus ()
- San Antonio ()
- Mañana ()
- Tarde ()
- Noche ()

16.Si usted escogió la opción de Tv en la pregunta 14, ¿Qué medio Televisivo de la ciudad de Zamora es el preferido? Y en qué horarios

- Ecotel ()
- Multicanal ()
- Mañana ()
- Tarde ()
- Noche ()

17.Si escogieron la opción de prensa escrita en la pregunta 14, ¿Qué periódico de la ciudad de Zamora es el preferido por usted y su familia?

- La Hora ()
- Centinela ()
- La opinión de Zamora ()
- El Sol de Zamora ()
- El Independiente ()

18.Si su respuesta a la pregunta 14, fue redes sociales, mencione en cuales le gustaría ver la publicidad

- Facebook ()
- Twitter ()
- Instagram ()

Gracias por su colaboración

Anexo 2

Entrevista



1859

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**

Sr. Propietario de la empresa:

Le solicitamos de la manera más cordial, nos proporcione información contestando la siguiente entrevista, lo cual servirá para la elaboración del proyecto de tesis denominado “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL SERVICIO DE LAVADO EN SECO DE PRENDAS DE VESTIR PARA LA CIUDAD DE ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”.

ENTREVISTA A “BURBUJAS”

1. ¿Qué tiempo lleva su lavadora ofreciendo sus servicios?

La lavadora “Burbujas”, lleva prestando sus servicios por dos años.

2. ¿Cuántos empleados conforman a la empresa?

Según se manifestó la lavadora cuenta con una empleada. El trabajo se reparte entre el dueño, la esposa y la empleada antes mencionada.

3. ¿Qué servicios ofrece su empresa?

El gerente supo manifestar que se realiza el lavado en lavadoras eléctricas y el secado en secadoras eléctricas.

4. ¿Piensa Ud. que el tener una empresa dedicada al lavado de prendas de vestir es rentable?

Aseguran que hasta el momento sí, ya que en la actualidad hay mucha gente extranjera que se encontrará en la ciudad por un determinado tiempo, lo que permite que las personas hagan uso del lavado rápido.

5. ¿Piensa Ud. que tiene competencia en el mercado?

Manifiestan que sí, que hay una lavadora más denominada “Coco Laundry”, compiten con la microempresa “Lavado de ropa”; la misma que ofrece el servicio de lavado un poco más antiguo o a mano.

6. ¿Conoce Usted de alguna empresa dedicada al servicio de lavado en seco de las prendas de vestir en la ciudad?

Conoce dos lavadoras más: “Coco Laundry” y “Lavado de ropa”; manifiestan que no hay en la ciudad de Zamora ninguna lavadora dedicada al lavado en seco.

7. ¿Cuáles son los costos de sus servicios?

8. ¿Cuáles son algunos de los costos de sus servicios?

LAVADO \$8 el kilo
SECADO \$5 el kilo

9. ¿Cuántas veces al mes hacen uso de sus servicios las personas?

Supo manifestar que lava 295 veces al mes

10. ¿Cuántos Kilos de ropa lava aproximadamente al año?

| | |
|--------------------|---|
| De 5 a 10 kilos | x |
| De 10,1 a 15 kilos | |
| Más de 15 kilos | |

ENTREVISTA A “COCO LAUNDRY”

1. ¿Qué tiempo lleva su lavadora ofreciendo sus servicios?

La lavadora “Coco Laundry” lleva prestando sus servicios por un año.

2. ¿Cuántos empleados conforman a la empresa?

Según se manifestó la lavadora cuenta con dos empleados. Que realizan sus labores de lunes a sábado.

3. ¿Qué servicios ofrece su empresa?

Supo manifestar que se realiza el lavado en lavadoras eléctricas y el secado en secadoras eléctricas, o en maquinaria que tiene la opción de lavado de lavado y secado en el mismo.

4. ¿Piensa Ud. que el tener una empresa dedicada al lavado de prendas de vestir es rentable?

Para “Coco Laundry”, si es rentable; ya que es un servicio necesario.

5. ¿Considera Ud. que tiene competencia en el mercado?

Menciona que hay otras dos lavadoras dedicadas al mismo servicio.

6. ¿Conoce Ud. de alguna empresa dedicada al servicio de lavado en seco de las prendas de vestir en la ciudad?

Conoce dos lavadoras más: “Burbujas” y “Lavado de ropa”; manifiestan que no hay en la ciudad de Zamora ninguna lavadora dedicada al lavado en seco; al igual que en la entrevista anterior.

7. ¿Cuáles son los costos de sus servicios?

LAVADO \$10 el kilo

SECADO \$6 el kilo

8. ¿Cuántas veces al mes hacen uso de sus servicios las personas?

Manifiestan que alrededor de 395 veces.

10. ¿Cuántos kilos de ropa lava aproximadamente al año?

| | |
|--------------------|---|
| De 5 a 10 kilos | |
| De 10,1 a 15 kilos | x |
| Más de 15 kilos | |

ENTREVISTA A “LAVADO DE ROPA”

1. ¿Qué tiempo lleva su lavadora ofreciendo sus servicios?

La lavadora “Lavado de Ropa”, lleva prestando sus servicios por cinco años.

2. ¿Cuántos empleados conforman a la empresa?

Según se manifestó la lavadora cuenta con 10 empleadas.

3. ¿Qué servicios ofrece su empresa?

Supieron manifestar que el servicio es de lavado a mano, y secado natural

4. ¿Piensa Ud. que el tener una empresa dedicada al lavado de prendas de vestir es rentable?

Para esta empresa el servicio era más rentable hace algunos años, manifiestan que en la actualidad el desarrollo de la tecnología no ha favorecido, ya que por un lado, hacen que su servicio pierda valor en cuanto al tiempo; sin embargo el acabo y el costo son mejores.

5. ¿Considera Ud. que tiene competencia en el mercado?

Manifiestan que la competencia son las otras lavadoras instantáneas que han surgido en la actualidad.

6. ¿Conoce Usted de alguna empresa dedicada al servicio de lavado en seco de las prendas de vestir en la ciudad?

Conoce dos lavadoras más: “Coco Laundry” y “Burbujas”; manifiestan que no hay en la ciudad de Zamora ninguna lavadora dedicada al lavado en seco.

7. ¿Cuáles son los costos de sus servicios?

LAVADO \$8 el kilo

Y las prendas de vestir se entregan secas.

8. ¿Cuántas veces al mes hacen uso de sus servicios las personas?

Manifiestan que alrededor de 468 veces.

9. ¿Cuántos kilos de ropa lava aproximadamente al año?

| | |
|---------------------------|---|
| De 5 a 10 kilos | x |
| De 10,1 a 15 kilos | |
| Más de 15 kilos | |

Anexo 3

PROBLEMÁTICA DEL PROYECTO

En la actualidad las empresas privadas son las generadoras de riqueza, tanto a nivel micro como macroeconómico; como resultado de una serie de cambios que se dan a diario en las economías, los administradores, inversionistas, técnicos y otras personas en general han visto la necesidad de invertir en la negocios privados de bienes y servicios en las diversas ramas de ocupación se inclinen al estudio de la empresa e investigación de mercados, con el objeto de crear unidades productivas y de esta forma generar empleo y rentabilidad.

La ciudad de Zamora, necesita solucionar sus graves problemas económicos, provocados por la no producción y falta de industria que hay en ella a causa de que como nunca ha sido una ciudad emprendedora, no ha existido apoyo por parte del gobierno, en lo que se refiere a inversión para la industria; lo mismo que ha generado un no desarrollo lo que ha sido un limitante para el progreso de toda la región y en general del país. Estos problemas se pueden ver solucionados con la inversión en nuevas empresas.

Por otro lado, es importante mencionar el incremento de población que existe anualmente, el mismo que es del 2% y la necesidad que tienen como familia de usar prendas de vestir y alargar la vida útil de las mismas.

El servicio que se ofrecerá será un servicio que no se ofrece, pero que es necesario para alargar la vida de las diferentes prendas de vestir. El acabado será excelente, se utilizará la mejor maquinaria y los mejores productos.

En definitiva, el desarrollo de la presente investigación servirá alternativa de inversión, y que una vez puesto en marcha proporcionara fuentes de trabajo y por lo tanto ingresos para algunas familias. Así se dará un aporte para impulsar la creación de nuevas empresas y el crecimiento de la ciudad de Zamora.

Por lo antes expuesto se plantea como problema de la investigación:

“La falta de un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada al servicio de lavado en seco de prendas de vestir para la ciudad de Zamora, provincia de Zamora Chinchipe, ha generado la pérdida de oportunidades empresariales que contribuyan a fortalecer el desarrollo industrial de la misma”

SOLUCION DEL PROBLEMA

Como solución al problema se ha planteado la realización de un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada al servicio de lavado en seco de prendas de vestir para la ciudad de Zamora, provincia de Zamora Chinchipe, el mismo que generará fuentes de trabajo y nuevas oportunidades empresariales que fortalezcan el desarrollo de la industria.

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Justificación Académica

La Universidad Nacional de Loja, con el propósito de democratizar la educación superior de alto nivel académico que oferta a nuestro país, y en función de su propuesta académica, prepara en forma técnica y científica a sus estudiantes y futuros profesionales, fomentando el desarrollo de la creatividad, habilidades, destrezas, la crítica y la autocrítica, mediante la aplicación de procesos investigativos prácticos, vinculados con los problemas de la realidad social, gracias a estos factores que nos permiten crecer como profesional y desencadenan el desenvolvimiento en el mundo empresarial de una forma eficiente y eficaz.

Además el presente proyecto se realizará con la finalidad de cumplir con uno de los principales requisitos para aprobar el noveno módulo de la carrera de Administración de Empresas de la MED; de igual forma el contenido de los estudios realizados servirá como fuente de consulta a otros investigadores.

Justificación Social

Se contribuirá con la sociedad y sus problemas, así mismo se ayudará al crecimiento empresarial de la ciudad de Zamora, ofreciendo un servicio que ayude a satisfacer las necesidades de las personas, un servicio que no existe actualmente.

Justificación Económica

Teniendo en cuenta que formamos parte de un país que atraviesa muchos problemas de índole económico; consecuencia de varias crisis, las variables que representan la pobreza, el desempleo, entre otras; en los últimos años, el gobierno está apoyando mucho la implementación de nuevas empresas, por lo mismo que constante mente existen seminarios de emprendimiento que sirven para la creación de microempresas de productos o servicios, para que de esta forma aporten al desarrollo económico del país; siendo estas empresas fuentes generadoras de empleo y además generadores de otros cambios positivos con los que se pueden beneficiar con la implementación de la empresa.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General

- ✓ Determinar la factibilidad para la creación de una empresa que brinde el servicio de lavo en seco de prendas de vestir para la ciudad de Zamora, provincia de Zamora Chinchipe.

Objetivos Específicos

- ✓ Elaborar un estudio de mercado para establecer las demandas, la oferta y las proyecciones de demandas de la necesidad de una empresa que brinde el servicio de lavado en seco de prendas de vestir en la ciudad de Zamora, provincia de Zamora Chinchipe.

- ✓ Realizar el estudio técnico para determinar el tamaño, la localización, el proceso de producción, la ingeniería del proyecto, así como el impacto ambiental.
- ✓ Definir la estructura legal y administrativa que va a requerir la empresa, de igual forma los recursos humanos que se van a necesitar.
- ✓ Determinar el estudio financiero para establecer el financiamiento que se va a realizar, inversiones, presupuestos, análisis de costos, punto de equilibrio, estado de pérdidas y ganancias y el flujo de caja.
- ✓ Realizar la evaluación financiera del proyecto en base a criterios de evaluación como: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio / Costo (RB/C), Periodo de Recuperación del Capital (PRC) y Análisis de Sensibilidad (ANSENS) para que luego de se pueda elaborar el estudio financiero se pueda proceder a la evaluación económica para establecer la factibilidad de la ejecución del proyecto.

INDICE

| | |
|--------------------------------------|-----|
| CERTIFICACIÓN..... | ii |
| AUTORÍA..... | iii |
| CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS. | iv |
| AGRADECIMIENTO | v |
| DEDICATORIA | vi |
| a. TÍTULO..... | 1 |
| b. RESUMEN..... | 2 |
| ABSTRACT..... | 5 |
| c. INTRODUCCIÓN..... | 8 |
| d. REVISIÓN DE LITERATURA. | 11 |
| e. MATERIALES Y MÉTODOS | 31 |
| f. RESULTADOS | 36 |
| g. DISCUSIÓN..... | 67 |
| h. CONCLUSIONES..... | 158 |
| i. RECOMENDACIONES..... | 160 |
| j. BIBLIOGRAFÍA..... | 161 |
| k. ANEXOS..... | 163 |
| INDICE..... | 175 |